



все цвета природы

ТЕМА НОМЕРА:
**ЛИДЕРЫ
ТЕКСТИЛЬНОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ
РОССИИ**



**ВСЕЛЕННАЯ
ТРИКОТАЖНОГО ПОЛОТНА
В КОЛЛЕКЦИЯХ MEDAS**



medastex.ru

#вместесmedas

ЛОФТ-ПРОСТРАНСТВО ДЛЯ ЧАСТНЫХ И БИЗНЕС МЕРОПРИЯТИЙ



kulibin-loft.ru

+7 (900) 156-47-35

В Яндекс.Картах: [Лофт Кулибин г. Мытищи](#) 

Russian Business Guide

www.rbgmedia.ru

Деловое издание, рассказывающее о развитии, отраслях, перспективах, персоналиях бизнеса в России и за рубежом.

12+

Учредитель и издатель: **ООО «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА»** при поддержке ТПП РФ

Редакционный совет:

Максим Фатеев, Вадим Винокуров, Наталья Чернышова

Главный редактор:

Мария Суворовская

Заместитель директора по коммерческим вопросам:

Ирина Длугач

Редактор номера:

Елена Александрова

Дизайн/вёрстка:

Александр ЛобовКорреспонденты: **Александра Убоженко,****Светлана Кныш, Варвара Можаяева**Перевод: **Лилиана Альтапова**

Дирекция развития и PR:

Юлия Колчева, Анна Шехматова

Отпечатано в типографии ООО «ВИБА-СТАР»,

г. Москва, ул. Электрозаводская, д. 20, стр. 3.

Материалы, отмеченные значком R или «РЕКЛАМА», публикуются на правах рекламы. Мнение авторов не обязательно должно совпадать с мнением редакции.

Перепечатка материалов и их использование в

любой форме допускается только с разрешения

редакции издания «Бизнес-Диалог Медиа».

Рукописи не рецензируются и не возвращаются.Адрес редакции: **143966, Московская область,****г. Реутов, ул. Победы, д. 2, пом. 1, комн. 23.**E-mail: mail@b-d-m.ru

Тел.: +7 (495) 730 55 50 (доб. 5700).

Издатель: **ООО «Бизнес-Диалог Медиа».**

Зарегистрировано Федеральной службой по надзору в

сфере связи, информационных технологий и массовых

коммуникаций. Свидетельство о регистрации

средства массовой информации ПИ № ФС77-65967

от 6 июня 2016.

Russian Business Guide № 23/225 сентябрь 2023.

Дата выхода в свет: 01.09.2023.

Тираж: **30000. Цена свободная.**

Russian Business Guide

www.rbgmedia.ru

Business publication about development, industries, prospects, business personalities in Russia and abroad.

12+

Founder and publisher:

BUSINESS DIALOG MEDIA LLC

with the support of the CCI of Russia

Editing Group: **Maxim Fateev,****Vadim Vinokurov, Natalia Chernyshova**

The editor-in-chief:

Maria Sergeevna SuvorovskayaManaging Editor: **Elena Aleksandrova**

Deputy Marketing Director:

Irina Vladimirovna DlugachDesigner: **Alexandr Lobov**Translation: **Maria Klyuchko**

Printed in the printing house of VIVASTAR LLC, Moscow,

ul. Elektrozavodskaya, 20, building 3.

Materials marked R or "ADVERTISING" are published

as advertising. The opinion of the authors does

not necessarily coincide with the editorial opinion.

Reprinting of materials and their use in any form is

allowed only with the permission of the editorial office

of the publication Business-Dialog Media.

Materials are not reviewed and returned.

Address: **23-1-2 ul. Pobedi, Reutov,****the Moscow region, 143966.**E-mail: mail@b-d-m.ru

Tel.: +7 (495) 730 55 50, доб. 5700.

Publisher: Business-Dialog Media LLC.

Registered by the Federal Service for Supervision of

Communications, Information Technology, and Mass Media.

The mass media registration certificate

PI # FS77-65967 from June 6, 2016.

Russian Business Guide № 23/225 September 2023.

Date of issue: 01.09.2023.

Edition: **30000 copies. Open price.**

2	АНДРЕЙ РАЗБРОДИН, СОЮЗЛЕГПРОМ: «СРЕДИ НАШИХ ГЛАВНЫХ ЦЕЛЕЙ – КОНСОЛИДАЦИЯ УСИЛИЙ БИЗНЕС-СООБЩЕСТВА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЛЁГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ».
6	ВСЕЛЕННАЯ ТРИКОТАЖНОГО ПОЛОТНА В КОЛЛЕКЦИЯХ MEDAS
12	ALYZIP – МОЛНИЯНОСНАЯ КОМПАНИЯ
14	MONA LIZA: БРЕНД, 30 ЛЕТ ЗАДАЮЩИЙ ТРЕНДЫ В ТЕКСТИЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ
18	«МЕХ ОРТЕКС»: ПОЛЬЗА ДЛЯ ЧЕЛОВЕКА И ЭКОЛОГИЧНОЕ ОТНОШЕНИЕ К ПРИРОДЕ
24	«ТЕКСТИЛЬПРОФИ»: ЛУЧШИЙ АССОРТИМЕНТ ТЕКСТИЛЬНЫХ ТОВАРОВ В РОССИИ
26	АННА БОГАДЕЛИНА, «ШУЙСКИЕ СИТЦЫ»: «И НЕВОЗМОЖНОЕ ВОЗМОЖНО»
28	ЛЮБИМЫЙ БРЕНД «РИОНА» – ТЕПЕРЬ В ЦЕНТРЕ МОСКВЫ
32	АНАСТАСИЯ ВАСИЛЬКОВА, СНОУРЕТТЕ: «СТАБИЛЬНОСТЬ КАК СТРАТЕГИЯ УСПЕШНОГО РАЗВИТИЯ»
36	«МАКСИЗ»: «ИДЕАЛЬНАЯ ЗАЩИТА ИМЕННО ДЛЯ ВАС»
40	«ИМПОРТМАШ»: СООТВЕТСТВУЯ АКТУАЛЬНЫМ ТРЕБОВАНИЯМ РЫНКА»
44	АНАТОЛИЙ КУТНЯКОВ: «МЫ ПОСТАВИЛИ ЦЕЛЬ–СТАТЬ ПРОИЗВОДИТЕЛЕМ МЕМБРАННЫХ ТКАНЕЙ № 1 НА РЫНКЕ СТРАНЫ»
48	ДОМ МОДЫ ОЛЬГИ СКАЗКИНОЙ: «ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ» СТАЛО СЛОВОМ ГОДА ДЛЯ ЛЁГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ»

Business DIALOG Media

RBG
Russian Business Guide





АНДРЕЙ РАЗБРОДИН, СОЮЗЛЕГПРОМ:

«СРЕДИ НАШИХ ГЛАВНЫХ ЦЕЛЕЙ – КОНСОЛИДАЦИЯ УСИЛИЙ БИЗНЕС-СООБЩЕСТВА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЛЁГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ»

Одной из важнейших составляющих российской экономики является лёгкая промышленность, которая включает в себя отрасли: кожевенную, обувную, текстильную, меховую, швейную.

После ухода многих европейских брендов (например, в одежде более 40% покинуло российский рынок) спрос никуда не делся. Рынок ожидает новых продуктов, соответственно, выросла и потребность в создании новых производств. Но это только одна сторона медали. О перспективах и трендах развития лёгкой промышленности в этом году и в отдалённом будущем мы побеседовали с Андреем Разбродиным – президентом Союза предпринимателей текстильной и лёгкой промышленности (СОЮЗЛЕГПРОМ), членом Совета Торгово-промышленной палаты РФ, председателем Комитета по предпринимательству в текстильной и лёгкой промышленности ТПП РФ, членом Общественного совета при Министерстве промышленности и торговли РФ.

– Андрей Валентинович, расскажите, пожалуйста, о СОЮЗЛЕГПРОМе: какова задача этого сообщества, какими проектами вы занимаетесь?

– СОЮЗЛЕГПРОМ – всероссийская общественная организация предпринимателей текстильной и лёгкой промышленности, главная цель которой – защита интересов отраслевого бизнес-сообщества. Наши главные цели – создание диалога между представителями бизнеса текстильной и лёгкой промышленности и органами государственной власти, а также консолидация совместных усилий бизнес-сообщества для развития отрасли в России. Члены союза – крупные и средние предприятия легпрома, которые играют важную роль в формировании общей атмосферы в отрасли. На долю предприятий-членов союза приходится 100% выпуска камвольных тканей, 80% выпуска хлопчатобумажных тканей, 50% российского выпуска трикотажных полотен.

Если говорить о проектах СОЮЗЛЕГПРОМа, то хотелось бы отметить Неделю текстильной и лёгкой промышленности, которая с успехом проходит при нашей поддержке. В рамках этой недели проходят выставки «Интерткань», Fashion Style Russia, Textile&Home, каждая из которых решает определённую задачу. Например, «Интерткань» – это крупнейшая в России и странах СНГ специализированная выставка тканей и текстильных материалов, которая соединяет российских производителей с крупными импортёрами и экспортёрами. Выставка Fashion Style Russia даёт возможность российским брендам и дизайнерам заявить о себе, данная выставка объединяет все сегменты легпрома: женскую, мужскую, детскую одежду и обувь, нижнее бельё, аксессуары, домашний текстиль.

Ещё один важный проект – это наш отраслевой журнал «Легпром Ревю», в котором мы собираем главные новости отрасли и поддерживаем отечественных производителей.

Не так давно мы запустили площадку «Легпром B2B-маркет» – первый оптовый маркет лёгкой промышленности.

В июле 2023 года открылся легпром-парк, который на одной территории объединит дизайнеров, производителей тканей, фурнитуры, швейные и печатные производства. СОЮЗЛЕГПРОМ задумал его как современное творческое пространство для представителей креативных профессий. Мы хотим создать настоящий fashion-кластер, в котором смогут комфортно сосуществовать, производить и продавать свою продукцию российские представители легпрома, и от такого соседства мы ожидаем колоссального синергетического эффекта.

– С какими трудностями сталкивается бизнес лёгкой промышленности сейчас и чем может помочь предпринимателям СОЮЗЛЕГПРОМ?

– Главная трудность текстильной и лёгкой промышленности России сегодня – это отсутствие чёткой государственной программы по развитию отрасли. Рынок обязательно необходимо регулировать, он сам по себе не может выстроить правильную систему взаимоотношений. На данный момент ассоциации отрасли в нашей стране не встроены в систему коммуникации с государством. Таким образом, взаимодействие как со стороны госорганов по отношению к ассоциациям, так и в обратном направлении носит сугубо добровольный характер. Мы заинтересованы друг в друге, однако по той причине, что отношения между государством и

ассоциациями не регламентированы, наше взаимодействие не настолько эффективно, как могло бы быть, и не создаёт основы для планомерной работы.

Приведу пример. В Германии любая компания в обязательном порядке проходит регистрацию в Торгово-промышленной палате (ТПП) Германии и в соответствующем союзе. Союз отвечает за создание программы развития отрасли, в том числе за распределение государственных денег. Сначала создаётся программа, потом обсуждается её финансирование, и далее это финансирование идёт сверху вниз. Получается разделение обязанностей. Программные вещи создаются «внизу», а утверждаются, финансируются и курируются «сверху». Это управляемая система, которая имеет определённую вертикаль движения в обе стороны и юридическую основу.

СОЮЗЛЕГПРОМ сегодня плотно работает с Советом Федерации, Госдумой, Минпромторгом России и другими органами власти. Мы обсуждаем меры, которые могут способствовать увеличению эффективности отрасли и её развитию. Ряд наших инициатив уже нашёл поддержку: например, наши предложения, касающиеся таможенно-тарифной политики и мер поддержки предпринимательства. Инициатива прошлого года, которую мы выдвинули по организации и улучшению рынка шерсти, сегодня уже перенесена Советом Федерации в область приоритетных задач легпрома. Об этом мы будем детально рассказывать на форуме в рамках Недели лёгкой промышленности, который пройдёт в сентябре 2023 г.

– Какие основные государственные проекты сейчас есть для помощи предпринимателям вашей отрасли?

– На сегодняшний день существует ряд программ поддержки легпрома как на региональном, так и на федеральном уровне. В рамках этих программ российским бюджетом предусмотрены субсидирование части затрат на обслуживание кредитов, направленных на пополнение оборотных средств, лизинговая субсидия, компенсация затрат на изготовление школьной формы, субсидирование затрат по производству пряжи с содержанием льна. Другое направление государственной поддержки – льготное кредитование за счёт средств Фонда развития промышленности (ФРП), а также льготные программы для субъектов малого и среднего предпринимательства в отрасли. При поддержке ФРП сегодня в отрасли реализуется порядка двадцати проектов, направленных на создание новых производственных мощностей. В целом идеология мер господдержки отрасли находится в подвижном состоянии, она меняется. Необходимость систематизации и организации столь сложной системы, как легпром, давно существует, и сейчас появ-

ляется движение в эту сторону. Ведь если мы хотим системно развивать нашу отрасль лёгкой и текстильной промышленности, то она должна стать для государства приоритетной, и уровень финансовой поддержки отрасли и спектр мер поддержки должны стать совершенно другими. Тех мер, которые сейчас есть для легпрома, явно недостаточно, чтобы можно было говорить о совершении прорыва в российской лёгкой промышленности.

– Если говорить о мировых событиях, насколько быстро удалось переориентироваться нашим предпринимателям? Каковы шансы на развитие сотрудничества с дружественными для России государствами?

– Предприниматель – это не абсолютная величина. Когда происходят сдвиги в экономике, которые мы наблюдаем в последнее время, государство должно действовать совместно с предпринимателями, чтобы опередить происходящие изменения, предвосхитить их. А для этого нужна чёткая государственная программа, предусматривающая специальные меры развития и помощь предпринимателям отрасли, чтобы они смогли быстро переориентироваться в меняющихся экономических условиях. Без подобных мер сложно говорить об успехе легпрома в целом.

Сегодня меняются логистические цепочки в сторону Востока, Ближнего Востока и Китая. Безусловно, этот момент нужно учитывать, говоря о развитии сотрудничества. Для российских производителей очень остро стоит вопрос с сырьём. Решить этот вопрос у нас есть все шансы, и перспективы довольно неплохие. На государственном уровне идут переговоры со странами ближнего зарубежья, в том числе с Узбекистаном и Беларусью.

– Каков сейчас уровень предпринимателей текстильной и лёгкой промышленности: чего не хватает и в чём у отечественных производителей явное преимущество?

– Уровень предпринимателей в нашей отрасли самый разный. Есть средние предприятия, есть крупные компании с огромными производственными мощностями, которые работают в том числе и на экспорт. Есть совсем маленькие фирмы, которые производят продукцию небольшими партиями и тоже занимают свою нишу. Из преимуществ отечественных производителей отмечу тот факт, что мы находимся на своей территории, у нас есть свои традиции. При правильном подходе и правильном регулировании мы можем создавать маржинальное производство как для бизнеса, так и для государства с точки зрения налогообложения.

Если говорить о самых острых вопросах легпрома, то их два. Это сырьё и кадры.

Так, сегодня в России не производятся определённые виды сырья, в частности хлопок. Только недавно стали запускаться различные производства химволокна, необходимых для текстильной отрасли. Необходимо решать вопрос с поставками сырья, но это программная история, решаемая на государственном уровне и требующая тесного взаимодействия с рядом стран ближнего зарубежья. Для решения этой проблемы требуется определённая помощь со стороны государства на уровне межгосударственного взаимодействия, причём решение данного вопроса не столько финансовое, сколько страховое и логистическое.

Сегодня отрасль нуждается во всём спектре профессиональных кадров: от швей до закройщиков. Если мы хотим, чтобы общий уровень российских производителей был высоким, необходимо внедрение системы государственного регулирования отрасли легпрома, которая в том числе обязательно будет включать и программу по подготовке специализированных кадров. Пока у нас нет острой необходимости приглашать иностранных специалистов, так как мы ещё не утратили полностью наше «швейное» наследие, у нас остались представители сильной советской школы производителей и швей. Но крайне важно отметить, что мы теряем время, бездействуя. Ведь пройдёт 5-10 лет, и мы уже не сможем собрать нужных отечественных специалистов, чтобы обучить следующее поколение и передать им наш опыт.

– Есть ли у СОЮЗЛЕГПРОМа свои традиции, как они влияют на сообщество?

– У нас есть ряд мероприятий, которые мы проводим уже много лет. Эти мероприятия, о которых я говорил, можно назвать нашей главной традицией. Это отраслевые выставки, Неделя текстильной и лёгкой промышленности. Интерес к ним из года в год растёт, количество членов СОЮЗЛЕГПРОМа увеличивается. Это говорит о том, что мы движемся в правильном направлении, и наша деятельность интересна и полезна обществу.

– Какие планы у СОЮЗЛЕГПРОМа?

– Мы активно работаем с коллегами – членами союза – и со всем отраслевым сообществом. Мы делаем много совместных проектов и обсуждаем инициативы, которые могут оказать положительное влияние на отрасль. Одна из главных наших задач – это сохранение единения внутри отрасли, а также создание возможностей для конструктивного диалога как между участниками союза, так и с органами власти при решении системных задач развития. Постепенно мы идём к созданию вертикали, которая бы позволила отрасли более активно развиваться как качественно, так и количественно.

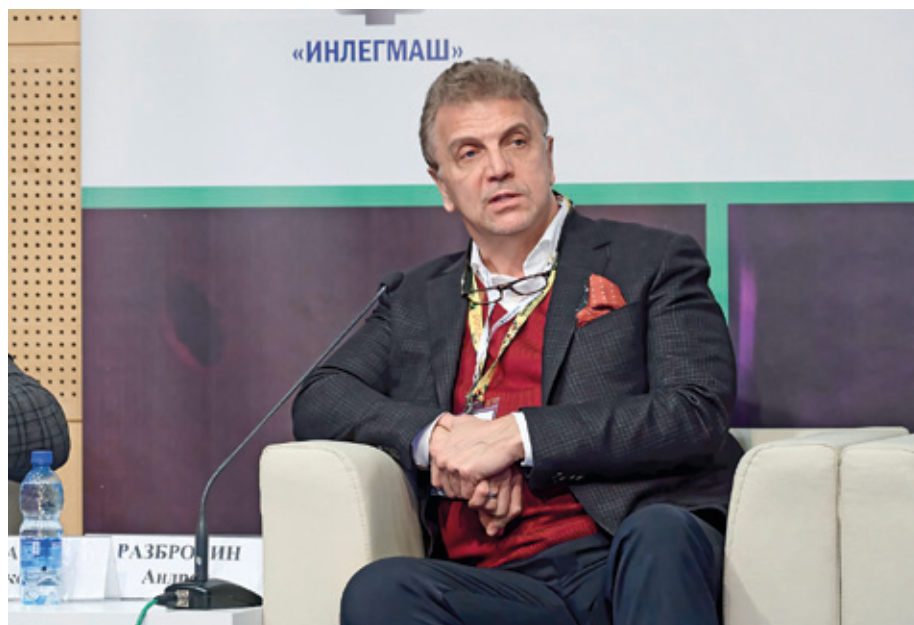
One of the most important components of the Russian economy is the light industry, which includes the leather, footwear, textile, fur, and clothing industries.

After the departure of many European brands (for example, in the clothing industry more than 40% of them left the Russian market), the demand has not gone anywhere. The market is expecting new products, and accordingly the need to create new production facilities has grown. But this is just one side of the coin. We talked with Andrey Razbrodin, President of the Union of Textile and Light Industry Entrepreneurs (SOYUZLEGPROM), Member of the Council of the Chamber of Commerce and Industry of the Russian Federation, Chairman of the Committee on Textile and Light Industry Entrepreneurship of the Chamber of Commerce and Industry of the Russian Federation, Member of the Public Council of the Ministry of Industry and Trade of the Russian Federation, about the prospects and trends in the development of the light industry this year and in the distant future.

– *Andrey Valentinovich, please tell us about SOYUZLEGPROM: what is the mission of this association, what projects are you involved in?*

– SOYUZLEGPROM is an all-Russian public organization of textile and light industry entrepreneurs whose main goal is to protect the interests of the industrial business community. Our main goals are to create a dialogue between representatives of the textile and light industry and state authorities, as well as to consolidate the joint efforts of the business community for the development of the industry in Russia. The members of the Union are large and medium-sized enterprises of the light industry, which play an important role in shaping the general atmosphere in the industry. The enterprises of the Union account for 100% of the production of worsted fabrics, 80% of the production of cotton fabrics, 50% of the production of knitted fabrics in Russia.

Speaking about the projects of SOYUZLEGPROM, I would like to mention the “Textile and Light Industry Week”, which is successfully held with our support. Within the framework of this week there



ANDREY RAZBRODIN, SOYUZLEGPROM: “ONE OF OUR MAIN GOALS IS TO CONSOLIDATE THE BUSINESS COMMUNITY'S EFFORTS TO DEVELOP RUSSIA'S LIGHT INDUSTRY”

are exhibitions “Intertkan”, “Fashion Style Russia”, “Textile&Home”, each of which solves a certain task. For example, “Intertkan” is the largest specialized exhibition of fabrics and textile materials in Russia and CIS countries, which connects Russian manufacturers with major importers and exporters. The “Fashion Style Russia” exhibition is an opportunity for Russian brands and designers to present themselves; this exhibition unites all segments of the light industry: women’s, men’s, children’s clothing and footwear, underwear, accessories, home textiles.

Another important project is our magazine “Legprom Review”, in which we collect the most important news of the industry and support domestic manufacturers.

Not long ago we launched Legprom b2b market – the first wholesale market of light industry.

In July 2023, we opened Legprompark, which will bring together designers, fabric and accessory manufacturers, sewing and printing industries in one place. SOYUZLEGPROM designed it as a modern creative space for representatives of creative professions. We

want to create a real fashion cluster, where Russian representatives of light industry can comfortably coexist, produce and sell their products, and we expect a huge synergy effect from such a neighborhood.

– *What are the difficulties facing the light industry today and how can SOYUZLEGPROM help entrepreneurs?*

– The main difficulty of the textile and light industry in Russia today is the lack of a clear government program for the development of the industry. The market needs to be regulated, it cannot create the right system of relations on its own. At present, industrial associations in our country are not integrated into the system of communication with the state. Therefore, the interaction of the state authorities with the associations and vice versa is purely voluntary. We are interested in each other, but since relations between the state and associations are not regulated, our interaction is not as effective as it could be and does not create a basis for systematic work.

Let me give you an example. In Germany, every company must be registered with the

Chamber of Commerce and Industry and the relevant trade union. The union is responsible for creating a program for the development of the industry, including the distribution of state funds. First the program is created, then its financing is discussed, and then this financing goes from top to bottom. There is a division of responsibilities. Programs are created “at the bottom” and approved, financed and supervised “from the top”. It is a managed system, which has a certain vertical movement in both directions and a legal basis.

SOYUZLEGPPROM is now working closely with the Federation Council, the State Duma, the Russian Ministry of Industry and Trade, and other authorities. We are discussing measures that can help increase the efficiency of the industry and its development. A number of our initiatives have already received support, such as our proposals on customs and tariff policy and measures to support entrepreneurship. The initiative we proposed last year to organize and improve the wool market has now been moved by the Federation Council to the light industry priorities. We will discuss this in detail at the forum during the Light Industry Week, which will be held in September 2023.

– ***What are the main government projects currently in place to help entrepreneurs in your industry?***

– Today there are a number of programs to support light industry at both the regional and federal levels. Within the framework of these programs, the Russian budget provides subsidies for part of the costs of servicing loans to replenish working capital, leasing subsidies, compensation for the costs of producing school uniforms, subsidies for the production of flax yarn. Another direction of state support is preferential loans from the Industrial Development Fund (IDF), as well as preferential programs for small and medium-sized enterprises in the industry. Today, the industry is implementing about twenty projects aimed at creating new production facilities with the support of the IDF. In general, the ideology of state support measures for the industry is in a state of flux, it is changing. The need to systematize and organize such a complex system as light industry has existed for a long time, and now there is a movement in this direction. After all, if we want to systematically develop our light and textile industry, it must become a priority for the state, and the level of financial support for the industry and the range of support measures must be completely different. The measures that are currently in place for the light industry are clearly insufficient to talk about a breakthrough in the Russian light industry.

– ***Speaking of world events, how quickly did our businessmen manage to reorient themselves and what are the chances of***



developing cooperation with Russia-friendly countries?

– An entrepreneur is not an absolute value. When there are changes in the economy, as we have seen recently, the state must act together with entrepreneurs to get ahead of the changes, to anticipate them. And this requires a clear government program that provides special development measures and assistance to entrepreneurs in the industry, so that they can quickly reorient themselves in the changing economic conditions. Without such measures, it is difficult to talk about the success of the light industry as a whole.

Today, logistics chains are changing towards the East, the Middle East and China. Of course, this point should be taken into account when talking about the development of cooperation. The problem of raw materials is very acute for Russian manufacturers. We have every opportunity to solve this problem, and the prospects are quite good. Negotiations are underway at the state level with neighboring countries, including Uzbekistan and Belarus.

– ***What is the current level of entrepreneurship in the textile and light industry: what is lacking and where do domestic producers have a clear advantage?***

– The level of entrepreneurs in our industry is very different. There are medium-sized companies, there are large companies with huge production capacities that also work for export. There are very small companies that produce products in small batches and also occupy their niche. Among the advantages of domestic producers I would like to mention the fact that we are on our own territory and we have our own traditions. With the right approach and proper regulation, we can create marginal production both for business and for the state in terms of taxation.

If we talk about the most urgent problems of light industry, there are two. One is raw materials and the other is staff. For example, today Russia does not produce certain types of raw materials, in particular cotton. It is only recently that various chemical fiber production facilities necessary for the textile industry have been put into operation. It is necessary to solve the problem of raw materials supply, but it is a program story, solved at the state level and requires close cooperation with a number of neighboring countries. To solve this problem, the state needs to provide certain support at the level of interstate cooperation, and the solution to this problem is not so much financial as insurance and logistics.

Today the industry needs the whole spectrum of specialists: from seamstresses to tailors. If we want the overall level of Russian manufacturers to be high, it is necessary to introduce a system of state regulation of light industry, which will include a program for training specialists. At the moment we do not have an urgent need to invite foreign specialists, because we have not completely lost our “sewing” heritage, we still have representatives of the strong Soviet school of manufacturers and seamstresses. But it is extremely important to note that we are wasting time with inaction. After all, 5-10 years will pass and we will no longer be able to gather the necessary domestic specialists to train the next generation and pass on our experience to them.

– ***Does SOYUZLEGPPROM have its own traditions and how do they affect the community?***

– We have a number of events that we have been organizing for many years. These events I mentioned can be called our main tradition. It is the industrial exhibition “Textile and Light Industry Week”. The interest in this event is growing every year and the number of members of SOYUZLEGPPROM is increasing. This shows that we are moving in the right direction and our activities are interesting and useful for society.

– ***What are the plans of SOYUZLEGPPROM?***

– We actively cooperate with our colleagues, members of the Union and the entire industry community. We carry out many joint projects and discuss initiatives that can have a positive impact on the industry. One of our main tasks is to maintain unity within the industry and to create opportunities for constructive dialogue both among Union members and with the authorities in solving systemic development problems. We are gradually moving towards the creation of a vertical that would allow the industry to develop more actively, both qualitatively and quantitatively.



ВСЕЛЕННАЯ ТРИКОТАЖНОГО ПОЛОТНА В КОЛЛЕКЦИЯХ MEDAS

Один из ведущих поставщиков трикотажных полотен в России – компания MEDAS. Фирма была основана в 1997 году в Турции и уже более 20 лет работает на российском рынке. Сегодня MEDAS – это собственное производство в Турции, а также офисы, склады и шоурумы по всему миру. Благодаря использованию инновационного подхода к производству и клиентоориентированной работе компании удалось стать одним из крупнейших поставщиков трикотажного полотна не только на российском, но и на европейском рынке. Бизнес компании процветает: продажи растут, увеличиваются прибыль и рентабельность. О том, что стоит за успешной бизнес-стратегией, в интервью нашему изданию рассказал генеральный директор компании MEDAS ЙЮДЖЕЛ ГЮНДЮЗ.



– Йюджел, на ваш взгляд, в условиях быстро меняющегося мира – в новой экономической реальности – как развивается текстильная отрасль в России?

– Она трансформируется, адаптируется под новые условия. После ухода с рынка многих западных игроков для российских швейных компаний появились максимально благоприятные условия, чтобы занять освободившиеся ниши, вывести на рынок новые отечественные бренды одежды. При этом конечный потребитель сейчас стал очень требовательным; и чтобы завоевать своего покупателя, стать узнаваемым и популярным, производителю уже недостаточно делать акцент только на качестве или цене, нужно предложить что-то своё, эксклюзивное.

Производители одежды ведут активный поиск оригинальных дизайнов и способов отделки материалов. И нам есть что предложить российским компаниям.

В MEDAS целый отдел занимается изучением модных тенденций на рынке трикотажного полотна, отслеживает инновации в производстве и обработке. Над расширением и актуальностью ассортимента неустанно работает профессиональная команда дизайнеров и технологов. На складах компании всегда поддерживается самый актуальный ассортимент в трендовых цветовых решениях. Естественно, мы каждый год готовим актуальные сезонные коллекции.

Наше производство оснащено современным высокотехнологичным оборудованием, что позволяет производить трикотажные полотна уникальных текстур, делать полотно более технологичным с помощью различных пропиток и создавать уникальные дизайны, используя технологию цифровой печати. Несмотря на то, что мы специализируемся на гладкоокрашенных полотнах, нам часто поступают заказы на изготовление трикотажных полотен с принтами, и полагаю, что многие клиенты останавливают выбор на нашей компании, поскольку

мы можем дать гарантию: заказанный нами дизайн не будет нами повторен, что позволит им оставаться уникальными. Я с полной уверенностью могу добавить, что в нашем ассортименте есть позиции, которые невозможно найти у других поставщиков.

Мы с удовольствием консультируем своих партнёров, делимся с ними своими наработками, что позволяет им выпускать продукцию, которая востребована потребителями. Сегодня складская коллекция MEDAS насчитывает около 100 позиций трикотажного полотна, а в цветовой карте более 100 оттенков.

– Вы работаете со многими лидерами рынка по производству одежды. Почему эти компании выбирают именно вас?

– Отмечу, что нас выбирают не только лидеры, не только крупные производители, но и небольшие компании и те, кто делает только первые шаги в мире моды, мы много

и успешно работаем и с начинающими дизайнерами.

Как я уже упоминал, одним из наших конкурентных преимуществ является широта ассортимента, который отвечает всем модным тенденциям. Например, сегодня множество коллекций одежды следует эко-трендам, поэтому у нас много запросов на полотно, изготовленное с использованием Recycle (вторичной переработки) или же органического хлопка. Наша фабрика предоставляет все необходимые сертификаты на подобные полотна, также мы выполняем заказы на трикотажные полотна со специальными пропитками, которые придают одежде из нашего материала особые свойства. Это может быть и водоотталкивающая пропитка, и антибактериальная, и инсектицидная, и даже пропитка, которая позволяет сжигать жир в процессе ношения одежды, что актуально для людей, которые следят за своим весом.

Одновременно с разнообразием ассортимента важным преимуществом является и качество продукции. Все наши полотна проходят многоступенчатый контроль качества – как в процессе изготовления, так и после.

Помимо безупречного качества трикотажного полотна, нашей отличительной чертой является безупречный сервис. За этими словами стоит индивидуальный подход к каждому клиенту, независимо от того, насколько большой заказ он готов сделать. Достаточно сказать, что любому клиенту при первом же обращении назначается персональный менеджер, который ведёт его на протяжении всей истории сотрудничества и всегда оперативно консультирует по всем вопросам. Все сотрудники компании – профессионалы высочайшего уровня, которые могут подсказать не только, какое





мы планируем открывать ещё больше представительств и заключать дилерские контракты по всему миру. Продолжаем интегрировать в свою работу новые технологии и бизнес-методы для того, чтобы сделать сотрудничество с нами удобным, чётким и ещё более прибыльным.

– Компания MEDAS – постоянный участник профильных выставок. Какую отдачу вы от них получаете?

– Участие в отраслевых выставках позволяет нам не просто следовать трендам в текстильной отрасли, но и самим создавать их. И конечно, это помогает держать руку на пульсе, отслеживая инновации в производстве тканей, встречаться с постоянными клиентами, знакомиться с новыми. Это и возможность изучить чужой опыт, что помогает избегать ошибок и искать новые, оригинальные решения.

Кроме того, для нашей продукции особую важность имеют тактильные ощущения: клиентам важно не просто посмотреть образцы в каталогах, но и пощупать ткань, понять её текстуру, взять образцы.

Как пример: мы участвуем в крупнейшей российской выставке «Интертек» с момента её создания – дважды в год. Только на весенней выставке, которая проходила в марте 2023 года, мы раздали более двух тысяч образцов, провели более 600 встреч с существующими и потенциальными клиентами. Большинство из новых посетителей нашего стенда к сегодняшнему дню уже стали нашими постоянными клиентами. На осенней выставке нам тоже есть что показать. Мы традиционно представим новинки нашей складской коллекции, последние тенденции производства трикотажного полотна, а также сможем проконсультировать посетителей по всем интересующим вопросам, работе как со склада, так и под заказ.

трикотажное полотно лучше использовать для тех или иных целей, но также то, как можно усовершенствовать модель за счёт текстуры материала, какие необходимо учесть нюансы при работе с конкретным полотном. Каждый сотрудник MEDAS постоянно совершенствует свои знания, проходя профильное обучение, и в советах, которые он даёт, любой наш клиент может быть абсолютно уверен, что уже не раз подтверждено практикой.

Конечно, весомая часть успеха компании – это ещё и уверенность клиентов в нашей надёжности как поставщика. На складах всегда есть доступный объём, сроки доставки под заказ с фабрик чётко соблюдаются.

Отмечу, что возможности компании не исчерпываются отгрузками со складов, ежемесячно мы изготавливаем огромное количество индивидуальных заказов. Под индивидуальный заказ мы можем изготовить буквально всё: трикотажные полотна любой плотности, фактуры, состава. Производство оснащено современным высокотехнологичным оборудованием, что позволяет производить полотна уникальных текстур. Механизм отлажен и отлично работает.

– К слову, об отлаженном механизме. После введения санкций многие компании столкнулись с логистическими проблемами. Как вам удаётся выдерживать сроки?

– Мы смогли минимизировать логистические проблемы за счёт сотрудничества с крупными логистическими компаниями. Кроме того, у MEDAS есть и собственная логистическая сеть. И, как компания с большим опытом работы на рынке, мы понимаем, как важно поддерживать достаточные объёмы полотен непосредственно на складах компании. В компании чётко выстроена работа по планированию, мы тщательно изучаем потребности наших клиентов, обсуждаем совместно планы, следовательно, ситуация, когда клиенту нужно трикотажное полотно, а на складе его нет, просто невозможна.

К тому же, помимо склада в Москве, мы ещё в 2021 году открыли новый офис, шоурум и

склад в Новосибирске. Этот город был выбран неслучайно: он удобно расположен в центре России, и теперь наши клиенты из отдалённых регионов могут спланировать свои закупки без учёта логистики из Москвы, сократить сроки поставок, а также в любое удобное время посетить наш шоурум. На складе в Новосибирске представлен такой же огромный ассортимент трикотажных полотен, как и в Москве.

К слову, уже почти год действуют наш второй шоурум и небольшой склад в Москве на проспекте Мира (первый – на Амурской улице). Наши шоурумы – это настоящие креативные пространства, где можно тактильно ознакомиться с ассортиментом, получить консультации опытных специалистов и приобрести полотно самых востребованных позиций.

Также для клиентов, которые не имеют возможности лично посетить наши шоурумы, предусмотрена доставка образцов за счёт нашей компании.

Сейчас мы планируем и далее расширять своё влияние на мировом текстильном рынке. Нам важно, чтобы клиентам было удобно работать с нами, для этого



THE UNIVERSE OF KNITTED FABRICS IN MEDAS COLLECTIONS



One of the leading suppliers of knitted fabrics in Russia is MEDAS. The company was founded in 1997 in Turkey and has been operating on the Russian market for over 20 years. Today MEDAS has its own production facility in Turkey, as well as offices, warehouses and showrooms all over the world. Thanks to the innovative approach to production and customer-oriented work, the company has managed to become one of the largest suppliers of knitted fabric not only on the Russian market, but also on the European market. The company's business is flourishing: sales are growing, profits and profitability are increasing. YUDZHEL GÜNDÜZ, General Director of MEDAS, spoke about what is behind a successful business strategy in an interview with our publication.





not only by leaders, not only by large manufacturers, but also by small companies and those who make only the first steps in the world of fashion, we work a lot and successfully with the beginning designers.

As I have already mentioned, one of our competitive advantages is the breadth of the range, which meets all fashion trends. For example, today many clothing collections follow eco-trends, so we have many requests for linen made using Recycle (secondary processing) or organic cotton. Our factory provides all necessary certificates on similar fabrics, we also fulfill orders for knitted fabrics with special impregnations, which give clothes made of our material special properties. It can be both water-repellent impregnation, and antibacterial, and insecticidal, and even impregnation, which allows you to burn fat while wearing clothes, that is relevant for people who watch their weight.

Alongside the diversity of our product range, the quality of our products is also an important advantage. All of our fabrics undergo multi-stage quality control – both during and after the manufacturing process.

In addition to the impeccable quality of our knitted fabrics, our distinctive feature is our impeccable service. Behind these words is an individual approach to each client, no matter how large an order he is ready to make. Suffice it to say that any client at the first contact is assigned a personal manager who guides them throughout the history of cooperation and always promptly advises on all issues. All employees of the company are professionals of the highest level, who can tell not only which knitted fabric is better to use for certain purposes, but also how to improve the model due to the texture of the material, which nuances need to be taken into account while working with a concrete fabric. All employees of MEDAS constantly improve their knowledge, undergoing profile training, and the advice they give, any of our clients can be absolutely sure about it, which has been repeatedly confirmed by practice.

Of course, a significant part of the company's success is also the confidence of customers in our reliability as a supplier. Warehouses always have an available volume, delivery times for orders from factories are accurately observed.

I would like to point out that the company's capabilities are not limited to shipments from warehouses; every month we produce a huge number of individual orders. We can produce literally everything for individual orders: knitted fabrics of any density, texture and composition. The production is equipped with modern high-class equipment, which allows us to produce fabrics of unique textures. The mechanism is fine-tuned and works perfectly.

– By the way, about the fine-tuned mechanism. After the sanctions were imposed,

– **Yudzhel, in your opinion, in a rapidly changing world – in a new economic reality – how is the textile industry developing in Russia?**

– It is transforming, adapting to new conditions. After many Western players left the market, the most favorable conditions appeared for Russian clothing companies to occupy the vacant niches and bring new domestic clothing brands to the market. At the same time, the end consumer has now become very demanding; and in order to win over the buyer, become recognizable and popular, it is no longer enough for the manufacturer to focus only on quality or price, you need to offer something of your own, exclusive.

Clothing manufacturers are actively searching for original designs and methods of finishing materials. And we have something to offer Russian companies.

At MEDAS, a whole department is engaged in studying fashion trends in the market of a knitted cloth, tracing innovations in production and processing. The professional team of designers and technologists constantly works on expansion and relevance of the range. The company's warehouses are always stocked with the most up-to-date assortment in trendy colours. Naturally, we prepare every

year relevant seasonal collections.

Our production is equipped with modern high-class equipment, which allows us to produce knitted fabrics of unique textures, make the fabric more technological with the help of various impregnations and create unique designs using digital printing technology. Although we specialize in plain dyed fabrics, we often receive orders for the production of printed knitted fabrics, and I believe that many customers choose our company, because we can guarantee that the design they ordered will not be repeated by us, which will allow them to remain unique. I can add with full confidence that there are items in our assortment that cannot be found from other suppliers.

We are happy to consult our partners and share our experience with them, which allows them to produce products that are in demand by consumers. Today, the MEDAS stock collection includes about 100 positions of knitted fabric, and the colour chart includes more than 100 shades.

– **You work with many leaders of the market in production of fabrics. Why do these companies choose you?**

– I would like to note that we are chosen

many companies faced logistical problems. How do you manage to keep to deadlines?

– We could minimize logistic problems due to cooperation with the large logistic companies. Besides, at Medas there is also own logistic network. And, as the company with wide experience of work in the market, we understand how it is important to support sufficient volumes of fabrics directly in warehouses of the company. The planning work is clearly structured in the company, we carefully study the needs of our clients, discuss plans together, therefore, a situation when a client needs a knitted fabric, but it is not in stock, is simply impossible.

In addition to the warehouse in Moscow, we opened a new office, showroom and warehouse in Novosibirsk in 2021. This city was not chosen by chance: it is conveniently located in the centre of Russia, and now our customers from remote regions can plan their purchases without taking into account logistics from Moscow, reduce delivery times, and visit our showroom at any convenient time. Our warehouse in Novosibirsk offers the same huge assortment of knitted fabrics as in Moscow.

By the way, our second showroom and a small warehouse in Moscow on Prospekt Mira (the first one was on Amurskaya Street) have been in operation for almost a year now. Our showrooms are real creative spaces where you can tactilely familiarise yourself with the range, get advice from experienced specialists and purchase the most popular items.

Also, for customers who are unable to visit our showrooms in person, we offer delivery of samples at our company's expense.

We are now planning to further expand our influence in the global textile market. It is important for us to make it convenient for our customers to work with us, and we plan to open more offices and sign dealer contracts around the world. We continue to integrate new technologies and business methods into our work to make co-operation with us convenient, clear and even more profitable.

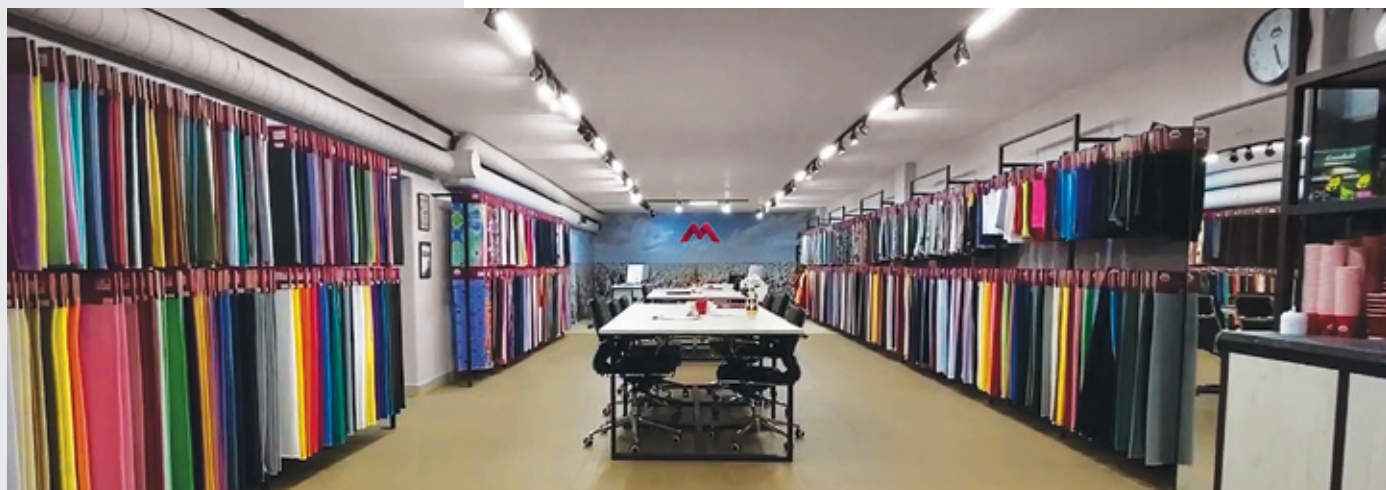
– The Medas company is a regular participant of specialized fairs. What kind of return do you get from them?



– Participation in industry fairs allows us not only to follow the trends in the textile industry, but also to create them ourselves. And of course, it helps to keep abreast, tracking innovations in the production of fabrics, meeting with regular customers, getting to know new ones. This is also an opportunity to study someone else's experience, which helps to avoid mistakes and look for new, original solutions.

In addition, tactile sensations are of particular importance for our products: it is important for customers not only to look at samples in catalogs, but also to feel the fabric, understand its texture, and take samples.

As an example: we participate in the largest Russian Intertkan fair since its inception – twice a year. Only at the spring exhibition, which took place in March 2023, we handed out more than two thousand samples and held more than 600 meetings with existing and potential customers. Most of the new visitors to our stand have already become our regular customers by now. We also have something to show at the autumn exhibition. We will traditionally present the novelties of our stock collection, the latest trends in knitted fabric production, and we will be able to advise visitors on all questions of interest, work both from the warehouse and on order.



Более 15 лет компания Alyzip является бессменным лидером по производству застёжек-молний. В уже далёком 2006 году была основана компания «ЭКСУВИ», впоследствии ставшая ведущим производителем застёжек-молний на территории Российской Федерации. По словам учредителя Йашара Али, название компании, как и торговая марка ALY, было придумано им интуитивно, спонтанно: он не обдумывал и не перебирал варианты.

////////////////////////////////////

История компании Alyzip – это в первую очередь история успеха. В команду предприятия были подобраны настоящие профессионалы своего дела: начиная от технического персонала и заканчивая менеджерами старшего звена. Именно такой подход позволил компании занять лидирующие позиции на рынке в России. Нестандартные решения, оптимизация, аналитика запросов потребителей – всё это привело Alyzip к отличному результату.

«Уже тогда было чёткое понимание того, что лёгкая промышленность будет развиваться в РФ бурными темпами, объёмы производства одежды будут наращиваться из года в год ввиду растущего спроса. В связи с этим потребность в швейной фурнитуре, а именно в застёжках-молниях, будет только расти. Политика импортозамещения начиналась уже тогда, поэтому наша задача заключалась в создании современного автоматизированного производства, отвечающего всем современным требованиям ГОСТов, и удовлетворении внутреннего спроса в швейной фурнитуре у компаний, занимающихся производством одежды для всех слоёв населения», – **рассказал основатель компании Йашар Али.**

А дальше Alyzip начала набирать производственные обороты: первый цех был создан на базе бывшей трикотажной фабрики в Тверской области. Естественно, создание современного продукта требовало определённых изменений, и руководство компании начало модернизацию материально-технической базы.

«Мы перенимали зарубежный опыт у китайских и тайваньских мировых лидеров. Таким образом, уже через несколько месяцев появились первые модернизированные и полностью автоматизированные машины по литью тракторных молний. Наша компания была первой среди производителей молний в России, открывшей собственный красильный участок. Сегодня окраска изделий производится более чем в 600 цветах по собственной цветовой карте и стандар-



Alyzip – МОЛНИЯНОСНАЯ КОМПАНИЯ

тизированной международной системе идентификации и подбора цвета Pantone TPX, а также по образцу ткани. Более 120 цветов складской программы», – **дополнил основатель компании Йашар Али.**

Сегодня сотрудники Alyzip по-прежнему держат темп: компания разместила своё производство на 12 тыс. м². В команде фирмы более 200 человек, которые трудятся на огромной, чистой и ухоженной территории, где весь рабочий процесс и условия труда продуманы до мелочей.

Возможность производства застёжек-молний разных конструкций: неразъёмные, неразъёмные X-, O-, R-образные, разъёмные, разъёмные 2-замковые, разъёмные 2-замковые с двумя разъёмами (трансформер). При этом ассортименте выпуск молний составляет более 3 млн шт. в месяц. Современные, грамотно запрограммированные станки позволяют создавать и исполнять заказ «с точностью до миллиметра», точнее, как говорят инженеры, до 0,5 см – такого минимального размерного шага могут достигать в своих изделиях специалисты компании «ЭКСУВИ».

Уровень производства компании Alyzip таков, что заказчики имеют возможность заказать молнии практически любой необходимой им длины. При этом особое внимание уделяется обеспечению высокого качества продукции. Сотрудниками фирмы чётко выстроен контроль на всех стадиях производственного процесса: начиная с используемого сырья и материалов и заканчивая определением соответствия

**ALYZIP ГАРАНТИРУЕТ ПОСТАВКУ С
ПРОИЗВОДСТВА В СРЕДНЕМ ОТ ПЯТИ
РАБОЧИХ ДНЕЙ, ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО
ОБСЛУЖИВАНИЯ И СОПРОВОЖДЕНИЯ
ЗАКАЗОВ.**

**У НАС РАЗМЕЩАЮТ ЗАКАЗЫ КРУПНЕЙШИЕ
ПРОИЗВОДИТЕЛИ ОДЕЖДЫ, ЛИДЕРЫ ЛЁГКОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ, РЕСПУБЛИКИ
БЕЛАРУСЬ И КАЗАХСТАНА.
НАШИ МОЛНИИ МОГУТ БЫТЬ САМЫМИ
РАЗНЫМИ, НО КАЧЕСТВО ОСТАЁТСЯ
НЕИЗМЕННЫМ ВСЕГДА!**

**«ЧТОБЫ ВОПЛОТИТЬ В ЖИЗНЬ ИДЕИ,
НУЖНЫ СТРАСТЬ И МАКСИМАЛЬНАЯ
ТРУДОСПОСОБНОСТЬ», – ГОВОРИЛ
ОСНОВАТЕЛЬ КОМПАНИИ ALY
ЙАШАР АЛИ.**

выпущенного продукта. Каждая молния соответствует техническим характеристикам и параметрам не только в ходе её испытания, но и в эксплуатации. Заработанная репутация хорошего производителя не позволяет сотрудникам компании снижать ни качество, ни количество молний: доверие клиентов превыше всего.

Однако пандемия и политические события всё же повлияли на производство. В условиях санкций, скачков курса валют, прекращения сотрудничества с рядом зарубежных банков руководству компании пришлось искать новые варианты для развития, проявляя гибкость и профессионализм.

«Например, такой материал, как полиацеталь, используемый для производства тракторных застёжек-молний, импортировался ранее из Тайваня. Из-за европейских санкций логистическая цепочка была нарушена. Пришлось искать альтернативных поставщиков в Китае. Но доставка материалов оттуда и расчёты в юанях увеличили затраты на логистику и, как следствие, себестоимость производства», – **пояснил основатель компании Йашар Али.**

Несмотря на все сложности, с которыми мы столкнулись, 2022 год стал для «ЭКСУВИ» достаточно успешным. Объём производства и продаж вырос на 10% по сравнению с предыдущим годом. Во многом это связано с увеличением выпуска одежды отечественного производства: многие компании решили сфокусироваться на собственном производстве, что привело к внутреннему спросу на застёжки-молнии. Учитывая наш минимальный срок производства (а я напомним: он составляет всего 10 рабочих дней), сотрудничество с нами стало взаимовыгодным для всех участников рынка лёгкой промышленности.

В ближайшие планы компании входят расширение производственных площадей, запуск новых производственных линий и расширение географии поставок нашей продукции.

For more than 15 years AlyZip has been a leader in the production of zippers. In 2008 the company EXUVI, Ltd was founded, which later became the leading manufacturer of zippers in the Russian Federation. According to the founder of the company, Yashar Ali, the name of the company, as well as the trademark ALY, was invented by him intuitively, spontaneously: he did not think about or go through the options.

**ALYZIP GUARANTEES DELIVERY FROM
PRODUCTION IN AN AVERAGE OF 5 WORKING
DAYS, HIGH QUALITY SERVICE
AND SUPPORT OF ORDERS.
WE ARE CONTRACTED BY THE LARGEST
CLOTHING MANUFACTURERS, LEADING
LIGHT INDUSTRY IN RUSSIA, BELARUS AND
KAZAKHSTAN.
OUR ZIPPERS CAN BE VERY DIFFERENT, BUT THE
QUALITY IS ALWAYS THE SAME!**



The story of AlyZip is first and foremost a success story. The company's team was staffed with true professionals, from technical personnel to senior managers. This approach allowed the company to take a leading position in the Russian market. Non-standard solutions, optimization, analysis of consumer needs – all this has led AlyZip to an excellent result.

"Even then, it was clear that the light industry in the Russian Federation would develop rapidly and that the volume of clothing production would increase from year to year due to growing demand. In this regard, the need for sewing accessories, especially zippers, will only grow. The policy of import substitution began at that time, so our task was to create a modern automated production facility that would meet all modern GOST requirements and satisfy the domestic demand for sewing accessories of companies engaged in the production of clothing for all segments of the population," said the founder of the company Yashar Ali.

Then AlyZip began to gain production momentum: the first workshop was established on the basis of a former knitting factory in the Tver region. Of course, the creation of a modern product required certain changes, and the management of the company began to modernize the material and technical base.

"We adopted the foreign experience of Chinese and Taiwanese world leaders. Thus, in a few months the first modernized and fully automated machines for casting tractor zippers appeared. Our company was the first among zipper manufacturers in Russia to open its own dyeing department. Today the products are dyed in more than 600 colors according to our own color chart and the internationally standardized system of identification and selection of Pantone TRX colors, as well as according to the fabric sample. More than 120 colors of the stock program," said Yashar Ali, the founder of the company.

Today, AlyZip employees still keep the pace: the company has spread its production to

12 thousand m². The company has a team of over 200 people working in a huge, clean and well-maintained area, where the entire workflow and working conditions are thought out to the last detail.

It is possible to produce zippers of different designs: closed end, X-, O-, R-shaped, open end, comby 2-way, open end 2-lock with two pin-boxes (transformer). With this range of

**"IT TAKES PASSION AND MAXIMUM
WORK CAPACITY TO MATERIALIZE
IDEAS," SAID YASHAR ALI, THE
FOUNDER OF ALY.**



zippers, the output is more than 3 million pieces per month. Modern, competently programmed machines allow to create and execute the order "with millimeter accuracy", more precisely, as engineers say, to 0,5 cm – such a minimum dimensional step can achieve in their products specialists of the company EXUVI, Ltd.

The production level of the AlyZip company is such that customers can order zippers of almost any length they need. At the same time, special attention is paid to ensuring high quality of products. Employees of the company have clearly established control at all stages

of the production process, starting with raw materials and ending with the determination of the conformity of the released product. Each zipper is checked for its technical characteristics and parameters not only during testing, but also in operation. The earned reputation of a good manufacturer does not allow the company's employees to reduce either the quality or the quantity of zippers: the customer's trust – first and foremost.

However, the pandemic and political events have affected production. Under the conditions of sanctions, exchange rate hikes, termination of cooperation with a number of foreign banks, the company's management had to look for new opportunities for development, showing flexibility and professionalism.

"For example, such materials as polyacetal, used for the production of tractor zippers, used to be imported from Taiwan. Due to European sanctions, the logistics chain was disrupted. We had to find alternative suppliers in China. But shipping materials from there and paying in yuan increased logistics costs and, as a result, production costs," explains Yashar Ali, the company's founder.

Despite all the difficulties we faced, the year 2022 was quite successful for EXUVI, Ltd. The volume of production and sales increased by 10% compared to the previous year. This is largely due to the increased production of domestic clothing: many companies decided to focus on in-house production, which led to domestic demand for zippers. Taking into account our minimum production time (and I would like to remind you that it is only 10 working days), cooperation with us has become mutually beneficial for all participants of the light industry market.

The immediate plans of the company include the expansion of the production area, the introduction of new production lines and the expansion of the geographical area of delivery of our products.

MONA LIZA: БРЕНД, 30 ЛЕТ ЗАДАЮЩИЙ ТРЕНДЫ В ТЕКСТИЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ

В 2023 году бренд MONA LIZA, созданный текстильным объединением «Монолит», отметит своё 31-летие. За эти годы ТМ MONA LIZA стала известна своими уникальными дизайнами и решениями. Сегодня это самый популярный бренд качественного домашнего текстиля в России, победитель многих конкурсов, сумевший завоевать преданных покупателей по всей стране, количество которых постоянно растёт. ТМ MONA LIZA не просто следует модным трендам, а сама создаёт их и... умеет удивлять. В конце 2022 года российский текстильный бренд представил самый дорогой в мире комплект постельного белья «Душа Руси», который оценивается в 3 млн рублей и является настоящим произведением искусства. Президент текстильного объединения «Монолит» Сергей Николаевич Лукьянов рассказал нашему изданию о том, что вдохновило мастеров компании на создание этого уникального комплекта и как сегодня развивается MONA LIZA.



– Расскажите, как родилась идея создания «Души Руси»?

– «Душа Руси» создавалась к 30-летию юбилею фирмы. Нам хотелось на языке текстиля рассказать о природной красоте и богатстве России. Фактически это полотно, где простор Русской земли открывается с высоты птичьего полёта: горы, реки, моря, леса, небо, птицы и звери. Конечно, это не буквальный снимок со спутника, а ассоциации. Около месяца рабочая группа в составе руководителя проекта, дизайнера, технолога разрабатывала предварительный эскиз, всевозможные техники исполнения, подбирала ткани и декор, и в завершение был создан макет покрывала. В покрывале использовано 13 техник вышивки, которыми испокон веков виртуозно владели русские мастерицы: вышивка гладью, шитьё шёлковым шнуром, золотое шитьё тонкими металлизированными нитями, ришелье, вышивка лентами, тамбурная и сутажные вышивки, техники накладного шитья, аппликации стразами и тканью. Всего в комплекте использованы 52 вида необыкновенных материалов и фурнитуры, 365 фрагментов и несколько видов материалов: например, кружева ручной работы из Италии от Ruffo Coli, хрустальные стразы Сваровски, бисер.

Наши талантливые мастерицы трудились над изготовлением комплекта тоже почти месяц. Не всё получалось сразу: приходилось менять виды швов, пробовать разные нитки, иглы, переделывать отдельные фрагменты не один раз. Но в конечном итоге авторская идея руками наших талантливых мастериц обрела совершенное исполнение. Воплощение авторской идеи доведено до совершенства. Это неповторимое изделие со сложной техникой ручной вышивки и множеством деталей выполнено в единственном экземпляре. Мы вложили много души в его создание.



Комплект «Душа Руси»

– Помимо создания уникальных штучных произведений, под брендом MONA LIZA ежегодно выходит множество новых коллекций. Расскажите, пожалуйста, об актуальном ассортименте компании.

– Только с начала этого, 2023 года мы выпустили дополнительно к основному ассортименту восемь новых коллекций. Это в первую очередь премиальные комплекты постельного белья из тенселя – принтованного и однотонного; прекрасная коллекция из высококачественного сатина «Гламур» с

декоративными элементами на наволочках и пододеяльнике; трендовая коллекция «Флеш» из сатина с цифровой печатью; очаровательная коллекция «Прованс» с рюшами и кружевами для любителей деревенского стиля; новая акварельная линейка макосатинов из коллекции Serg Look с авторскими принтами...

Помимо новинок, мы продолжаем выпускать уже полюбившиеся нашим покупателям линейки постельного белья из премиальной бязи «Классик», а также сатиновые коллекции из модных однотонных сатинов



«Актуаль», расширили представленность коллекций из макосатинов, продолжаем очень много шить отдельных предметов: наволочки, простыни, пододеяльники. Выпускаем подушки и одеяла, пледы и покрывала, шторы и ещё множество изделий домашнего текстиля, которые пользуются успехом у наших покупателей уже более 30 лет.

– Вы не снижаете оборотов, несмотря на то, что многие отрасли экономики столкнулись с целым рядом сложностей. Как текстильное объединение «Монолит» встретило новые экономические вызовы?

– Встретили вызовы, как и всегда, в решительном настроении и готовыми «в бой»! А если серьёзно, то за более чем 30 лет мы пережили столько кризисов и катаклизмов, что уже уверенно и с холодным рассудком научились встречать и провожать разные сложности. Фирма всегда имеет несколько надёжных поставщиков в разных регионах, чтобы в случае возможных препятствий оперативно откорректировать логистику.



Многолетние связи и авторитет компании позволяют работать с поставщиками быстро и качественно, с получением преференций по условиям сотрудничества, что позволяет нам быть гибкими и с точки зрения цен, и с точки зрения ассортимента.

Наша политика – быть готовым к любым трудностям, уметь быстро переориентировать производство на необходимую продукцию, требуемую временем или сложившейся ситуацией. Стаж работы в нашей фирме ключевых сотрудников – более 10-15 лет, поэтому можно смело заявлять, что у нас работают профессионалы своего дела, знающие и понимающие досконально свою специфику работы, преданные своей компании. Это наш золотой фонд и самый главный актив.

– MONA LIZA – бренд, который регулярно занимает верхние строчки в рейтингах производителей постельного белья в России: что является залогом этого признания?

– Вы правы, MONA LIZA завоевала доверие потребителей, наши заслуги высоко оценены покупателями и нашими коллегами – специалистами российского текстильного рынка. Сегодня MONA LIZA признана

самой популярной маркой качественного домашнего текстиля. По оценкам экспертов агентства «Ромир Мониторинг», доля лояльных покупателей торговой марки MONA LIZA (16%) – это самый высокий показатель среди брендированной продукции.

ТМ MONA LIZA неоднократно присваивались звания «Лучшая торговая марка года», «Золотая марка России»; она награждена дипломами «Доверие потребителей», «За достижения и заслуги в области текстильной и лёгкой промышленности», «За предоставление высококачественной продукции». Всероссийский бизнес-рейтинг вот уже несколько лет присваивает нам звания «Лидер отрасли» и «Бренд года».

За этим успехом стоит большая работа. Действуют собственные современные швейные производства в Московской и Курской областях, трудятся квалифицированные специалисты. На предприятиях внедрена система пооперационного контроля сырья и пошива. Высокие стандарты качества, возможность использования в производстве различных типов отделки и выполнение эксклюзивных заказов – всё это позволяет ТМ MONA LIZA выпускать конкурентоспособную продукцию, соответствующую мировым стандартам.

Многолетний опыт работы, постоянный мониторинг потребительского рынка и развитая современная инфраструктура дают возможность предоставлять нашим клиентам весь ассортимент продукции в кратчайшие сроки во всех регионах России; 20 собственных оптовых филиалов отгружают ТМ MONA LIZA практически во все федеральные и региональные сети страны.

И мы очень благодарны за признание, но в то же время чувствуем огромную ответственность перед нашими покупателями, понимая, что с высоты падать больнее всего – и конкуренция жёсткая, и времена непростые... Но мы продолжаем стремиться оставаться лучшими и давать возможность россиянам пользоваться достойным и качественным домашним текстилем – модным, современным и практичным.





In 2023, the MONA LIZA brand, created by the Textile Association “Monolit”, will celebrate its 31st anniversary. Over the years, MONA LIZA has become known for its unique designs and solutions. Today it is the most popular brand of quality home textiles in Russia, the winner of many competitions, which has managed to attract loyal customers all over the country, the number of which is constantly growing. MONA LIZA does not just follow fashion trends, it creates them and... it knows how to surprise. At the end of 2022, the Russian textile brand presented the world’s most expensive bed linen set “Soul of Russia”, worth 3 million rubles and a true work of art. Sergey Lukyanov, President of the Textile Association “Monolit”, told our magazine what inspired the company’s masters to create this unique set and how MONA LIZA is developing today.

MONA LIZA:

A BRAND THAT HAS BEEN A TRENDSETTER IN THE TEXTILE INDUSTRY FOR 30 YEARS

– *Tell us how the idea of creating the “Soul of Russia” came about?*

– The “Soul of Russia” was created for the 30th anniversary of the company. We wanted to tell about the natural beauty and richness of Russia in the language of textiles. In fact, it is a canvas on which the vastness of the Russian land opens up from a bird’s-eye view: mountains, rivers, seas, forests, sky, birds and animals. Of course, it is not a literal satellite image, but associations. For about a month, the working group consisting of the project manager, designer, and technologist developed a preliminary sketch, all kinds of techniques of execution, selected fabrics and decorations, and in the end the model of the bedspread was created. In the bedspread were used 13 techniques of embroidery, which

have been mastered by Russian masters for centuries: Embroidery stitch, silk cord sewing, gold sewing with fine metallized threads, Richelieu, embroidery ribbons, tambourine and sutazhnye embroidery, overlay sewing techniques, rhinestone and fabric applications. In total in the set used 52 types of extraordinary materials and accessories, 365 fragments and several types of materials, such as handmade lace made in Italy by Ruffo Coli, Swarovski crystal rhinestones, and beads.

Our talented masters worked on the set for almost a month. Not everything worked out at once: we had to change types of stitches, try different threads, needles, redo some fragments more than once. But in the end, the author’s idea found a perfect realization in the hands of our talented masters. The realization

of the author’s idea is brought to perfection. This unique product with a complex technique of hand embroidery and many details is made in a single copy. We put a lot of soul into its creation.

– *In addition to creating unique pieces, the MONA LIZA brand also produces numerous new collections every year. Please tell us about the company’s current range.*

– Since the beginning of this year we have launched 8 new collections in addition to the main assortment. These are first of all high quality bed linen sets made of Tencel – printed and monochrome, a beautiful collection of high quality satin “Glamour” with decorative elements on pillowcases and duvet covers, a trendy collection “Flash”

made of digitally printed satin, a charming collection "Provence" with frills and lace for lovers of rustic style, a new watercolor line of makosatins from the Serg Look collection with author's prints...

In addition to new products, we continue to produce bed linen lines from premium calico "Classic", which are very popular with our customers, as well as satin collections from fashionable monochrome satin "Actual", we have expanded the representation of collections from macosatins, we continue to sew a lot of individual items – pillowcases, sheets, duvet covers. We produce pillows and blankets, plaids and bedspreads, curtains and many other home textile products, which have been a success among our customers for more than 30 years.

– You have not reduced your turnover despite the fact that many sectors of the economy are facing a number of difficulties. How did the Textile Association "Monolit" face the new economic challenges?

– We faced the challenges, as always, in a determined mood and ready to "fight"! And seriously, for more than 30 years we have experienced so many crises and catastrophes that we have learned to face and overcome various difficulties with confidence and a cool head. The company always has several reliable suppliers in different regions to quickly adjust logistics in case of possible obstacles. Long-term relationships and the company's authority allow us to work with suppliers quickly and efficiently, with preferential terms of cooperation, which allows us to be flexible in terms of prices and assortment.

Our policy is to be prepared for any difficulties, to be able to quickly redirect production to the necessary products required by time or the current situation. The work experience of our key employees – more than 10-15 years, so we can safely say that we have professionals who know and understand the specifics of their work and are dedicated to their company. This is our golden resource and the most important asset.

– MONA LIZA is a brand that regularly tops the ratings of bed linen manufacturers in Russia: what is the key to this recognition?

– You are right, MONA LIZA has won the trust of consumers, our merits are highly appreciated by buyers and our colleagues – specialists of the Russian textile market. Today MONA LIZA is recognized as the most popular brand of high quality home textiles. According to the experts of Romir Monitoring Agency, the share of loyal customers of MONA LIZA brand (16%) is the highest indicator among branded products.

MONA LIZA has been repeatedly awarded the title of the Best Brand of the Year, "Golden Brand of Russia", the diplomas "Consumer confidence", "For achievements and merits



in the field of textile and light industry", "For providing high quality products". All-Russian Business Rating has been awarding us the title of Industry Leader and Brand of the Year for several years.

There is a lot of work behind this success. We operate our own

modern sewing production facilities in Moscow and the Kursk region, and qualified specialists work for us. The enterprises have implemented a system of operational control of raw materials and sewing. High quality standards, the possibility of using various types of finishing in production, and fulfillment of exclusive orders – all this allows MONA LIZA to produce competitive products that meet international standards.

Many years of experience, constant monitoring of the consumer market and developed modern infrastructure allow us to provide our customers with a full range of products in the shortest possible time in all regions of Russia. We have 20 wholesale branches that deliver MONA LIZA to almost all federal and regional networks of the country.

And we are very grateful for the recognition, but at the same time we feel a great responsibility to our customers, knowing that the competition is tough and times are not easy... But we continue to strive to remain the best and give Russians the opportunity to use decent and high quality home textiles, fashionable, modern and practical.

«МЕХ ОРТЕКС»:



В 2016 году бренд Giorgio Armani заявил, что отказывается от натурального меха, назвав это «бессмысленной жестокостью по отношению к животным». Аналогично поступил и Hugo Boss. С того момента дизайнеры пропагандируют «дружественный мех», сделанный без использования шкур животных. Шубы из искусственного меха – главный тренд, который не теряет своей актуальности на протяжении нескольких последних сезонов. Фабрика «Мех ОРТЕКС» является экспортёром искусственного меха на трикотажной основе из натуральной овечьей шерсти и швейных изделий. Мы поговорили об истории, мощностях современного производства и преимуществах искусственного меха с генеральным директором Виталием Маятниковым.

ПОЛЬЗА ДЛЯ ЧЕЛОВЕКА И ЭКОЛОГИЧНОЕ ОТНОШЕНИЕ К ПРИРОДЕ

– Расскажите историю фабрики, про её главные вехи.

– ООО «Мех ОРТЕКС» было образовано в 1991 году на территории одеяльной фабрики Ореховского хлопчатобумажного комбината имени К. И. Николаевой, который в советское время являлся градообразующим предприятием. С распадом СССР в текстильной отрасли возникли серьёзные производственные проблемы. Российские текстильщики остались без привычной и надёжной среднеазиатской сырьевой базы, а цены на хлопок возросли многократно. Было принято решение произвести структурную перестройку и перепрофилирование текстильного производства, и они коренным образом изменили производственный профиль бывшей одеяльной фабрики. Соответствующая реконструкция была связана с освоением совершенно иной продукции – искусственного меха, для выпуска которого было приобретено импортное оборудование.

Освоение нового для фабрики ассортимента стало очередной вехой в её истории, ведущей отсчёт со времён основания Никольской мануфактуры Морозовых. Параллельно шла подготовка кадров для обслуживания нового оборудования по выпуску искусственного меха, хотя костяк трудового коллектива составляли кадровые рабочие и специалисты «Одеялки».

Дела предприятия постепенно улучшались. Искусственный мех оказался очень востребованным на рынке, что позволило постепенно наращивать производственные мощности: количество вязальных машин было увеличено с 18 до 31, была установлена дополнительная отделочная линия, приобретено ворсовальное оборудование. Сегодня предприятие является крупнейшим и одним из лучших среди производителей искусственного трикотажного меха. Высококачественное оборудование ведущих зарубежных фирм позволяет выпускать продукт, соответствующий всем мировым стандартам. В 1993 году было организовано собственное швейное производство. Сегодня там работают два современных раскройных комплекса и разноплановое швейное оборудование, позволяющее производить различные виды швейной продукции. В 2010 году было освоено производство крашения волокна. В 2021 году запустили участок по производству войлочной подошвы и стелек.

– Какие современные технологии и оборудование используете на производстве? Каковы мощности?

– Для производства искусственного меха на предприятии используются современные технологии. В частности, производится мех жаккардовый – один из наиболее ярких и интересных продуктов «Мех ОРТЕКС». Этот мех вяжется из волокна разных цветов на специальных кругловязальных машинах. В результате получается полотно с заданным рисунком. Линейка рисунков постоянно пополняется и совершенствуется. Наиболее востребованная услуга при производстве такого меха – разработка индивидуального дизайна. Пределов фантазии здесь нет. Возможно даже изготовление меха с фотографией. Состав жаккардового меха также может быть различным – как полностью полиэфирным, так и содержащим натуральную шерсть до 100%. Область применения жаккардового меха невероятно обширна. Он широко используется для изготовления верхней одежды, текстильной домашней обуви, жилетов, пледов, одеял и многих других изделий.

Мех с эластановой нитью – ещё один из современных видов искусственного меха. Такой мех обладает возможностью растягиваться без последующей деформации, свойственной трикотажу. Он удачно находит применение в ортопедических изделиях.

Одна из самых актуальных современных технологий в производстве искусственного меха – мех с 3D-эффектом. Это жаккардовый и шерстяной мех, произведённый с двойным ввязыванием волокна. В результате получается плотное, очень тёплое полотно, приятное на ощупь. Оно может быть как гладким, так и имеющим объёмный рисунок, получаемый особым переплетением. На поверхности полотна образуются характерные узелки, составляющие различные рисунки. Такое меховое полотно, красивое и лёгкое, но вместе с тем очень тёплое, отлично смотрится на стильных пальто, куртках, жакетах.

Для производства искусственного меха и швейных изделий из него используется оборудование из Великобритании, США, Италии, Японии, Китая.

Производственные мощности «Мех ОРТЕКС» по выпуску меха сегодня составляют более двух миллионов квадратных метров в год.

Швейное производство выпускает в год более миллиона пар домашней обуви и около 30 000 жилетов, курток, жакетов и других швейных изделий. Производство подошвы – более миллиона пар.

– В чём преимущества искусственного меха?

– Искусственный мех отличается ценными качествами: высокой устойчивостью к

трению, лёгкостью, теплозащитными свойствами. Основа для искусственного меха – трикотаж, а не шкура животных. Поэтому для его изготовления животных не надо убивать, их достаточно только подстричь. Такой подход к производству сегодня как никогда актуален.

В производстве искусственного меха применяются натуральные, а также синтетические и искусственные волокна, которые получают из природных органических веществ: древесной целлюлозы, хлопкового пуха и других.

«Мех ОПЕТЕКС» производит шерстяной мех с содержанием шерстяных волокон до 100%. Он является качественной и экологичной заменой меху натуральному, так как их отличие состоит только в основе. Сам ворс такой же, то есть из натуральной шерсти. Структура натурального волокна имеет пружинистую форму, что не позволяет пыли и грязи налипать на него. Шерсть гигроскопична, она хорошо греет и впитывает лишнюю влагу, является отличным средством для лечения и профилактики таких заболеваний, как артрит, радикулит, боли в спине. Таким образом, шерстяной мех – это комбинация лучших свойств искусственного и натурального меха. Небольшой процент синтетических и искусственных волокон добавляет шерстяному меху стойкость к истиранию.

Полушерстяной мех, который выпускается «Мех ОПЕТЕКС», имеет в своём составе от 10 до 50% натуральной шерсти. Достоинствами этого вида меха являются сравнительно невысокая цена и мягкость ворса. При этом он сохраняет все достоинства меха шерстяного.

Самый демократичный вариант искусственного меха – мех полиэфирный. В его составе – стопроцентные полиэфирные волокна. По сравнению с натуральными они отличаются большей механической прочностью, легко поддаются обработке и окраске. Область применения такого меха самая разнообразная: от утеплителя и малярных валиков до одежды. Мех имеет красивый вид, мягкий на ощупь. Ворс может быть как гладким, так и закрученным «под барашка», подстригается до необходимой длины. Возможен также начёс с обратной стороны.

Теплоизоляционные свойства искусственного меха и его относительно невысокая стоимость привлекают внимание покупателей. Такой мех прекрасно подходит для изготовления одежды, головных уборов, а также для отделки различных изделий. Кроме того, это незаменимый материал при производстве воротников и детских игрушек высокого качества.

Шуба из искусственного меха имеет целый ряд достоинств: она демократична по цене. Затраты на производство искусственного меха относительно невысокие, поэтому и цена конечного изделия в несколько раз



дешевле, чем аналогичный продукт из натурального меха. Конечно, есть исключения: дизайнерская шуба из искусственного меха стоит дороже, чем натуральная в магазине.

Искусственный мех удобно кроить и шить. В отличие от натуральной шубы, которая создаётся как мозаика, синтетическую не нужно собирать из кусков, подгонять под размер шкурок, следить за тем, чтобы ворс к ворсу стачивался определённым образом: она кроится из цельного полотна.

На искусственном мехе можно экспериментировать с любыми цветами и их комбинациями. А натуральный мех не любит окрашивания: это снижает качество изделия и может испортить его внешний вид.

Шубу из искусственного меха не нужно сдавать на лето в меховой холодильник, она легко чистится и даже стирается! И в целом способна сохранять товарный вид дольше, чем натуральная.

А если у вас развитое экологическое сознание, и причина вашей бессонницы – беспокойство о бедных зверьках, и по ночам вы считаете, сколько шкурок ушло на изготовление одной шубы, с искусственной шубой вы можете спать спокойно.

– Чем вы особенно гордитесь?

– «Мех ОПЕТЕКС» осуществляет полный цикл производства: от поступления сырья и его крашения до выпуска готовых швейных изделий.

Сегодня мы можем предложить своему покупателю весь спектр современной меховой продукции: мех шерстяной, полушерстяной, шубный, полиэфирный, жаккардовый, с эластановой нитью, мех в технологии 3D; из изделий: домашние тапочки, чуни, пледы, жилеты, жакеты, шубки, согревающие пояса, наколенники, налокотники, коврики, детский ассортимент. Благодаря постоянному техническому совершенствованию, обновлению технологического оборудования предприятие обеспечивает выпуск продукции, соответствующей мировым стандартам, а труд работников является высокопроизводительным.

Специалисты «Мех ОПЕТЕКС» разработали принципиально новый вид искусственного меха – мех с ворсом из лубяных и вискозных волокон. Он полностью гипоаллергенный, обладает отличными антистатическими и бактерицидными качествами, высокой прочностью, способностью уничтожать неприятные запахи. Одежда из такого меха выглядит стильно. При этом мех экологически чистый и био-разлагаемый.

Из года в год прослеживается планомерное развитие предприятия, постоянно удаётся наращивать объёмы выпуска, внедрять новые виды продукции, обновлять и дополнять ассортимент, следуя современным тенденциям и требованиям рынка.

«Мех ОПЕТЕКС» давно и успешно сотрудничает со швейными предприятиями, которые обеспечивают выполнение государственного оборонного заказа. Наш мех используется для пошива шапок и военного обмундирования.

Являясь многолетним поставщиком тапочек для фирмы «ИКЕА», «Мех ОПЕТЕКС» попало в очень сложную ситуацию после ухода компании с российского рынка. Но благодаря усилиям руководства предприятия сложности с реализацией продукции удалось преодолеть, и сегодня объёмы не только полностью восстановлены, но и продолжают расти из-за высокого качества изделий и неугасающего интереса покупателей к ним.

Только так, шагая в ногу со временем, можно оставаться рентабельным, конкурентоспособным предприятием.

– Расскажите про участие в национальном проекте России «Производительность труда».

– С августа 2022 года «Мех ОПЕТЕКС» является участником национального проекта «Производительность труда». Внедрение инструментов бережливого производства – кропотливая и ответственная работа. На сегодняшний день на предприятии есть три составляющие успеха проекта и устойчиво-



сти его результатов: лидерство и поддержка руководства предприятия, управление проектами и управление изменениями. Поэтому мы успешно движемся вперёд в этом направлении. Инструменты бережливого производства начали внедрять сначала в производственную систему изготовления искусственного меха. Результаты позволили обеспечить устойчивое развитие уровня производственной системы и рост производительности труда на всех участках производства искусственного меха. Поэтому было принято решение продолжать работу с Федеральным центром компетенций, который оказывает методические услуги по сопровождению участников национального проекта «Производительность труда» на коммерческой основе, и внедрять инструменты бережливого производства в швейном цехе. Процесс пока не завершён, но первые результаты позволяют ожидать успешного завершения проекта. В этом залог нашей стабильности и уверенности в завтрашнем дне.

– Как вы контролируете получение высокого качества продукции?

– Задачей менеджмента качества искусственного меха и швейных изделий из него является предупреждение выпуска и отгрузки некачественной продукции покупателю. С этой целью на производстве работает система трёхступенчатого контроля: осуществляется входящая проверка качества сырья, на каждом участке производства осуществляется контроль качества полуфабриката, перед сдачей на склад контролируется качество готовой продукции. Предприятие работает только на сертифицированном сырье и имеет все необходимые сертификаты на выпускаемую продукцию.

– Как вы поддерживаете слаженную работу коллектива? На фабрике есть традиции работников?

– Достижения производства – это всегда результат работы коллектива. Поэтому люди – основа любого предприятия. Можем

уверенно сказать, что на нашей фабрике трудится стабильный и дружный коллектив. Более половины сотрудников работает на производстве свыше десяти лет. «Мех ОПЕТЕКС» всегда заботилось о том, чтобы работать людям было удобно и комфортно, поэтому на предприятии постоянно ведётся работа по благоустройству зданий и помещений, действуют различные программы социальной поддержки.

Слаженная работа коллектива – результат грамотного руководства предприятием. Постоянный всесторонний, в том числе технологический, экономический, бухгалтерский, анализ работы, актуальная расстановка приоритетов позволяют обеспечивать вовлечённость каждого работника в решение общих задач и мотивировать коллектив в целом на эффективный труд. Это позволяет сохранить и приумножить прошлые достижения и уверенно смотреть в будущее, выходя из самых сложных ситуаций с наименьшими потерями.

Экономическая устойчивость предприятия, его стабильность, которую работники ощущают на себе, позволяют им связывать материальное благополучие своей семьи с работой на «Мех ОПЕТЕКС». На фабрике работают семьи, сюда приводят работать своих детей. Примерами могут служить семьи Чистовых, Асеевых, Бирюковых, Апухтиных.



– Связано ли географическое нахождение фабрики с историей региона?

– Текстильная промышленность – важнейшая отрасль народного хозяйства России. История её развития имеет глубокие корни. До XVIII века основным сырьём текстильной промышленности России были шерсть и лён. С началом Петровских реформ в России стали появляться мануфактуры. А XIX век – это время постепенного перехода к фабричному производству с использованием техники.

Одной из самых известных и значительных в то время стала фабрика Саввы Тимофеевича Морозова – Никольская мануфактура.

История города Орехово-Зуево – это в значительной мере история становления и развития текстильного производства. Начавшись с небольших мануфактур, товароотделочной и красильной, хозяйство Саввы Морозова выросло до одного из крупнейших в России, включавших в себя суконно-прядельную и ткацкую фабрики, первую на тот момент в России бумагопрядильную фабрику, бумажную, полотняно-ткацкую, механическо-отбельную и ситценабивную фабрики, а также механический и деревообрабатывающий заводы и торфяное производство. На всех предприятиях использовалось высокотехнологичное оборудование, а руководили производством хорошо обученные специалисты, в том числе английские.

Товарищество Никольской мануфактуры Морозова было постоянно растущим предприятием. Помимо Морозовских, в Орехово-Зуево существовали бумаготкацкие фабрики купца И. С. Зимина, две фабрики Е. С. Зимина, красильно-отделочные фабрики Лепешкина, ситценабивная фабрика Новоселова.

Таким образом, формировалась ведущая отрасль промышленности Орехово-Зуево – текстильная.

Сегодня одним из ведущих предприятий текстильной промышленности города по праву является «Мех ОПЕТЕКС».

– Поделитесь перспективами и планами на будущее.

– У «Мех ОПЕТЕКС» отличные перспективы, так как использование искусственного меха в производстве товаров народного потребления неуклонно растёт.

В планах предприятия – разработка технологии производства искусственного меха, внешне не отличающегося от популярных натуральных – норки, лисы, песца, – но при этом экологичного, гипоаллергенного, износостойкого, совмещающего в себе пользу для человека и экологичное отношение к природе.

Это потребует совершенствования технологии производства искусственного меха, закупки нового технологического оборудования, создания новых рабочих мест.



Meh ORETEX: BENEFITS FOR PEOPLE AND AN ECOLOGICAL APPROACH TO NATURE

– *Tell us about the history of the factory, its main milestones.*

– Meh ORETEX LLC was founded in 1991 on the territory of the blanket factory of the Orekhovsky cotton mill named after K. I. Nikolaeva, which was a city-forming enterprise in the Soviet period. With the collapse of the USSR, the textile industry faced serious production problems. Russian textile manufacturers were left without the usual and reliable Central Asian raw material base, and cotton prices increased several times. It was decided to restructure and re-profile textile production, and the production profile of the former blanket factory was radically changed. The corresponding reconstruction was connected with the development of a completely different product – fake fur, for the production of which imported equipment was purchased.

The mastering of the new assortment for the factory became another milestone in its history, counting from the time of the foundation of the Nikolskaya Manufactory of the Morozovs. At the same time the personnel was trained for the maintenance of the new equipment for the production of fake fur, although the main core of the working

collective consisted of cadre workers and specialists of “blankets”.

The business of the enterprise gradually improved. There was a great demand for fake fur on the market, which made it possible to gradually increase the production capacity: the number of knitting machines was increased from 18 to 31, an additional finishing line was installed, and linting equipment was purchased. Today the company is the largest and one of the best producers of fake fur. High quality equipment of leading foreign companies allows to produce a product that meets all world standards. In 1993 the company organized its own sewing production. Today there are two modern cutting complexes and versatile sewing equipment, which allows to produce various types of sewn products. In 2010 the fiber dyeing production was mastered. In 2021 a section for the production of felt soles and insoles was opened.

– *What modern technologies and equipment do you use in production? What are the capacities?*

– The company uses modern technologies for the production of fake fur. In particular,

In 2016, the Giorgio Armani brand announced that it was abandoning natural fur, calling it “senseless cruelty to animals.” Hugo Boss did the same. Since then, designers have been promoting “friendly fur,” which is made without the use of animal skins. Fake fur coats are the main trend that has not lost its relevance over the past few seasons. Meh ORETEX factory is an exporter of fake fur on a knitted basis of natural sheep’s wool and sewing products. We talked to Vitaliy Mayatnikov, the general director, about the history of the company, modern production capacities and advantages of fake fur.

we produce jacquard fur – one of the most colorful and interesting products of Meh ORETEX. This fur is knitted from fibers of different colors on special circular knitting machines. The result is a fabric with a given pattern. The range of patterns is constantly being extended and improved. The most demanded service in the production of such furs is the development of individual designs. There are no limits to your imagination. It is even possible to make fur with a photo. The composition of jacquard fur can also be different: it can be made of polyester only, or it can contain up to 100% natural wool. The range of applications for jacquard fur is incredibly wide. It is widely used in the manufacture of outerwear, home shoes, waistcoats, plaids, blankets and many other products.

Fur with elastane thread is another modern type of fake fur. Such fur has the ability to stretch without subsequent deformation, which is characteristic of knitwear. It is successfully used in orthopedic products.

One of the most relevant modern technologies in the production of fake fur is fur with 3D effect. This is a jacquard and wool fur produced by double-fiber knitting. The

result is a dense, very warm fabric, pleasant to touch. It can be either smooth or have a voluminous pattern created by a special weave. Characteristic knots are formed on the surface of the cloth, creating different patterns. Such a fur cloth, beautiful and light, but at the same time very warm, looks great on stylish coats, jackets, overcoats.

For the production of fake fur and sewing products from it we use equipment manufactured in Great Britain, USA, Italy, Japan, China.

The production capacity of Meh ORETEX for fur production today is more than two million square meters per year.

Sewing production is more than one million pairs of home shoes and about 30,000 vests, jackets, coats and other items per year. The production of soles is more than one million pairs.

– **What are the benefits of fake fur?**

– Faux fur is characterized by valuable properties: high abrasion resistance, lightness, thermal insulation. The basis for fake fur is knitted fabric, not animal skin. Therefore, animals do not need to be killed for its production, they only need to be trimmed. This production method is more relevant today than ever before.

In the production of fake fur are used natural, as well as synthetic and artificial fibers obtained from natural organic substances: wood cellulose, cotton fluff and others.

Meh ORETEX produces wool furs with the content of wool fibers up to 100%. It is a high quality and environmentally friendly substitute for natural fur, as the difference is only in the base. The pile itself is the same, i.e. made of natural wool. The structure of the natural fiber has a springy shape that does not allow dust and dirt to stick to it. Wool is hygroscopic, it warms well and absorbs excess moisture, it is an excellent remedy for treatment and prevention of such diseases as arthritis, sciatica, back pain. Thus, wool fur is a combination of the best features of fake fur and natural fur. A small percentage of synthetic and man-made fibers adds abrasion resistance to wool fur.



Semi-wool fur produced by Meh ORETEX has in its composition from 10 to 50 percent of natural wool. The advantage of this type of fur is relatively low price and softness of the pile. At the same time, it retains all the advantages of wool fur.

The most democratic variant of fake fur – polyester fur. In its composition – one hundred percent polyester fibers. In comparison with natural fibers, they are characterized by higher mechanical strength, easy processing and color. The field of application of such fur is very wide – from insulation, paint rollers to clothing. Fur has a beautiful appearance and is soft to the touch. The pile can be smooth or curled “like a lamb” and is cut to the desired length. A fleece on the back is also possible.

The thermal insulation properties of fake fur and its relatively low cost attract the attention of buyers. Such fur is perfect for making clothes, hats and finishing various products. In addition, it is an indispensable material in the manufacture of collars and children's toys of high quality.

Fake fur coat has a number of advantages: it is affordable. The cost of producing fake fur is relatively low, so the price of the final product is several times cheaper than a similar product made of natural fur. Of course, there are exceptions: a designer fur coat made of fake fur is more expensive than a natural one in the store. Fake fur is easy to cut and sew. Unlike a natural fur coat, which is created as a mosaic, synthetic fur does not need to be assembled

from pieces, adjusted to the size of skins to ensure that the pile is flocked in a certain way – it is cut from a single piece of fabric.

With fake fur you can experiment with all colors and their combinations. And natural fur does not like dyeing – it reduces the quality of the product and can spoil its appearance.

Fake fur coat does not need to surrender for the summer in the fur fridge, it is easy to clean and even wash! And in general is able to retain marketable appearance longer than natural.

And if you have a developed ecological consciousness, and the reason for your insomnia is worrying about poor animals, and at night you count how many skins went to make a fur coat, with an artificial fur coat you can sleep well.

– **What are you most proud of?**

– Meh ORETEX carries out a full cycle of production: from the receipt of raw materials and their dyeing to the production of finished products.

Today we can offer our customers the whole range of modern fur products: woollen fur, semi-woollen fur, fur coat, polyester, jacquard, with elastane thread, fur in 3D technology. Our products: house shoes, chuni, plaids, waistcoats, jackets, fur coats, warming belts, knee pads, elbow pads, mats, children's assortment. Due to constant technical improvement, updating of technological equipment, the company ensures the output of products that meet the world standards, and the work of employees is highly productive.

Specialists of Meh ORETEX have developed a completely new type of fake fur – fur with a pile of bast and viscose fibers. It is completely hypoallergenic, has excellent antistatic and bactericidal properties, high durability, ability to eliminate unpleasant odors. Clothes made of such fur look stylish. At the same time, fur is ecologically clean and biodegradable.

From year to year there is a systematic development of the company, it constantly manages to increase production, introduce new types of products, update and supplement the assortment, following modern trends and market requirements.

For a long time Meh ORETEX has successfully cooperated with sewing enterprises, which ensure the implementation of the state defense order. Our furs are used for sewing hats and military uniforms.

As a long-term supplier of footwear for IKEA, Meh ORETEX was in a very difficult situation after the company left the Russian market. However, thanks to the efforts of the company's management, the difficulties with the realization of the products were overcome, and today the volumes are not only fully restored, but also continue to grow due to the high quality of the products and the undying interest of the customers in them.

This is the only way to remain a profitable and competitive company that keeps up with the times.





– Talk about participation in the Russian national project “Labor Productivity”.

– Since August 2022 Meh ORETEX is a participant of the national project “Labor Productivity”. Implementation of lean production tools is a difficult and responsible work. Today the company has three components for the success of the project and sustainability of its results: leadership and support of the company management, project management and change management. That is why we are successfully moving in this direction. Lean tools were first introduced into the fake fur production system. The results allowed us to ensure sustainable development of the production system level and increase labor productivity in all areas of fake fur production. Therefore, it was decided to continue cooperation with the Federal Competence Center, which provides methodological services to support participants of the National Project “Labor Productivity” on a commercial basis, and to implement lean production tools in the sewing shop. The process is not finished yet, but the first results allow us to expect a successful completion of the project. This is a guarantee of our stability and confidence in the future.

– How do you control the quality of your products?

– The aim of the quality management of fake fur and its sewn products is to prevent the production and delivery of inferior products to the customer. For this purpose, the production operates a three-stage control system: incoming quality control of raw materials, quality control of semi-finished products at each production site, quality control of finished products before delivery to the warehouse. The company uses only certified raw materials and has all the necessary certificates for its products.

– How do you keep the team working well together? Are there any dynasties of workers in the factory?

– Production achievements are always the result of teamwork. Therefore, people are the foundation of any company. We can confidently say that our factory has a stable

and friendly team. More than half of the employees have been working in the factory for more than ten years. Meh ORETEX has always paid attention to the fact that it is convenient and comfortable for people to work, so the company is constantly working on the improvement of buildings and premises, and there are various social support programs.

Well-coordinated work of the team is the result of competent management of the company. Constant comprehensive, including technological, economic, accounting analysis of work, actual prioritization allow to ensure involvement of each employee in the solution of common tasks and motivate the team as a whole to effective work. This allows us to preserve and multiply the past achievements and look confidently into the future, getting out of the most difficult situations with the least losses.

The economic stability of the enterprise, its stability felt by the employees, allows them to link the financial well-being of their families with the work in Meh ORETEX. Families work in the factory and bring their children to work here. Examples are the Chistov, Aseev, Biryukov, Apukhtin families.

– Is the geographical location of the factory connected with the history of the region?

– The textile industry is the most important branch of the Russian economy. The history of its development is deeply rooted. Until the XVIII century the main raw materials of the Russian textile industry were wool and flax.

With the beginning of Peter the Great's reforms, factories began to appear in Russia. And the XIX century is the time of gradual transition to factory production with the use of technology.

One of the most famous and significant factories of that time was the factory of Savva Timofeyevich Morozov – the Nikolskaya factory.

The history of Orekhovo-Zuyevo is to a great extent the history of the creation and development of textile production. Beginning with small factories, dressing and dyeing, Savva Morozov's enterprise grew into one of the largest in Russia, which included a cloth spinning and weaving factory, the first paper spinning factory in Russia at that time, paper, cloth weaving, mechanical and bleaching, chintz weaving, as well as mechanical and woodworking factories and peat production. All enterprises used high-tech equipment, and production was managed by well-trained specialists, including Englishmen.

Morozov's Nikolskaya factory was a constantly growing enterprise. Besides Morozov's there were paper-weaving factories of merchant I. S. Zimin, two factories of E. S. Zimin, dyeing and finishing factories of Lepeshkin, chintz-printing factory of Novoselov in Orekhovo-Zuyevo.

Thus the leading industry of Orekhovo-Zuyevo was formed – textile industry.

Today one of the leading enterprises of the textile industry of the city is rightly Meh ORETEX.

– Share your perspectives and plans for the future.

– Meh ORETEX has excellent prospects as the use of artificial fur in the production of consumer goods is constantly growing.

The company plans to develop the technology of artificial fur production, which does not differ from the popular natural furs: mink, fox, arctic fox, but at the same time is ecological, hypoallergenic, wear-resistant, combining the benefits for people and an ecological approach to nature.

It is necessary to improve the technology of artificial fur production, purchase new technological equipment and create new jobs.





– Алексей Владимирович, расскажите подробнее, какие товары и от каких производителей представлены сегодня в торговых комплексах?

– Сегодня наши площадки объединяют более 1000 текстильных компаний. В основном это представительства прямых российских производителей, а также текстильных производств Узбекистана, Киргизии, Турции. Кроме того, в последнее время активно растёт доля китайских производителей.

Поскольку мы являемся отраслевым текстильным комплексом, в основном у нас представлены соответствующие товары. Помимо тканей и всех необходимых комплектующих, это огромный выбор тюля, портьер, подушек, одеял, постельного белья, халатов, пижам и другой аналогичной продукции.

На территории торговых комплексов присутствуют все крупнейшие российские текстильные бренды. Отдельно хочу упомянуть о нашем собственном бренде Mona Lisa, его производитель – крупнейшее швейное предприятие, производящее качественные товары: постельное бельё, подушки, одеяла, пледы, шторы, полотенца и пр. Производство расположено на российских швейных фабриках в Московской и Курской областях. Ежегодно мы продаём более 5 млн изделий торговой марки Mona Lisa.

– Какие услуги, помимо предоставления торговых площадей, вы оказываете своим партнёрам?

– Для успешного бизнеса наших партнёров мы предлагаем целый ряд услуг. Во-первых, транспортные услуги. На территориях комплексов имеются представительства более 10 крупнейших транспортно-логистических компаний России и стран СНГ: «Деловые линии», CDEK, «Байкал Сервис» и пр.

Мы также осуществляем юридическую и бухгалтерскую поддержку, клининг, охрану, услуги фулфилмента по сбору грузов для маркетплейсов. Отдельное направление – предоставление складских помещений: сегодня это очень востребованная услуга.

Кроме того, мы активно занимаемся продвижением как самих ТК, так и отдельных партнёров. Ведь не секрет, что любой торговый комплекс успешен, когда имеет высокий трафик. Поэтому наши маркетологи работают по привлечению покупателей. Это различные акции, розыгрыши сотен разнообразных призов для покупателей, начиная от автомобилей и заканчивая текстильной продукцией. Также мы организовываем шоп-туры: например, в Иваново ежедневно приезжает порядка 50 автобусов из разных близлежащих регионов – Ярославль, Нижний Новгород, Кострома и пр. Принимаем участие в тематических выставках и конференциях, приглашаем на них коллег из стран СНГ и Турции.

– А насколько востребованы площадки «ТекстильПрофи-Москва» и «ТекстильПрофи-Иваново»?

– Очень востребованы. Что касается арендаторов, заполняемость комплексов составляет порядка 99%. А на складские площади даже имеется очередь.

У покупателей торговые комплексы также очень популярны. Ежедневно это порядка 5–6 тыс. только розничных покупателей, в выходные – 12–17 тыс. А ведь есть ещё оптовики и поставки в маркетплейсы. За 2022 год текстильные предприятия Ивановской области отгрузили в маркетплейсы текстильную продукцию на 55 млрд рублей – это весьма значительная сумма.

– Каковы ближайшие планы по развитию торговых комплексов?

Отраслевые текстильные комплексы «ТекстильПрофи-Москва» и «ТекстильПрофи-Иваново» основаны 20 лет назад. Сегодня это современные торговые площадки федерального значения площадью более 100 тыс. квадратных метров каждая. В торговых комплексах представлены готовая продукция, ткани, комплектующие и фурнитура от прямых производителей из России, стран СНГ и зарубежных изготовителей текстильной продукции. О современных возможностях торговых комплексов и планах по их развитию мы беседуем с Алексеем Лыковым, генеральным директором «ТекстильПрофи-Москва» и «ТекстильПрофи-Иваново».

«ТЕКСТИЛЬПРОФИ»: ЛУЧШИЙ АССОРТИМЕНТ ТЕКСТИЛЬНЫХ ТОВАРОВ В РОССИИ

– Мы постоянно держим руку на пульсе запросов наших партнёров. Так, видя потребности в складских помещениях, в прошлом году ввели в эксплуатацию более 7,5 тыс. кв. м современных складских площадей. В этом году запланировано строительство ещё двух торгово-складских терминалов площадью по 2,5 тыс. кв. м в Московской и Ивановской областях. Планируем также развивать инфраструктуру для фулфилмента.

Сегодня можно сказать, что покупательский трафик полностью восстановился после пандемийных годов. Проблем с арендаторами нет, несмотря на уход некоторых зарубежных брендов, приходят новые, ничуть не хуже качеством. Мы видим активный рост отечественных производств – как тканей, так и готовой продукции; к нам обращается множество молодых российских дизайнеров.

Отдельное направление работы – развитие взаимодействия с белорусскими производителями, на товары которых высокий спрос на нашем рынке за счёт качества и ценовой категории. Мы ведём переговоры с «Беллепромом» и надеемся, что товары из Беларуси будут продаваться в России более активно.

Хочу также отметить, что сегмент лёгкой промышленности поддерживается и на уровне государства: это субсидии на закупку нового оборудования, льготные проценты по кредитам, компенсация расходов на рекламные кампании и многое другое.

Так что, я думаю, у текстильной отрасли, у нас в частности, впереди большие перспективы для развития. Людям всегда нужно будет во что-то одеваться, а мы, в свою очередь, готовы в этом способствовать и создавать комфортные условия как для приобретения, так и для продажи разнообразного и востребованного ассортимента текстильных товаров.

Подготовила Екатерина Золотарёва



“TEXTILEPROFI” – THE BEST TEXTILE ASSORTMENT IN RUSSIA

Industrial textile complexes “TekstileProfi Moscow” and “TekstileProfi Ivanovo” were founded 20 years ago. Today they are modern federal trade centers with the area of over 100 thousand square meters each. Ready-made products, fabrics, components and accessories from Russian, CIS and foreign textile manufacturers are represented in the shopping malls.

Today we talk to Alexey Lykov, Director General of “TextileProfi Moscow” and “TextileProfi Ivanovo”, about the modern features of the shopping malls and their prospects for development.



– Alexey Vladimirovich, tell us a bit more about the goods presented in the trading complexes today. Who is their manufacturer?

– Today our sites unite more than 1000 textile companies. Most of them are the representatives of Russian manufacturers and textile producers from Uzbekistan, Kyrgyzstan and Turkey. Moreover, the share of Chinese manufacturers is growing dynamically.

Since we are a textile industry complex, we mainly have the corresponding products. In addition to fabrics and all the necessary accessories, it is a huge range of tulle, curtains, pillows, blankets, bed linen, robes, pajamas, and other similar products.

The most famous Russian textile brands are present on the territory of the shopping malls. I would like to mention our own brand “Mona Liza” – it is the largest sewing enterprise producing quality products: bed linen, pillows, blankets, plaids, curtains, towels, etc. Production is located in Russian garment factories in the Moscow and Kursk regions. Annually we sell more than 5 million items of the “Mona Liza” trademark.

– What services, in addition to the retail space, do you provide to your partners?

– We offer a number of services for the successful business of our partners. Firstly, the transportation services. There are offices of more than 10 largest transport and logistics companies of Russia and CIS countries: “Business Line”, CDEK, “Baikal Service”, etc.

We also provide legal and accounting support, cleaning, security, and fulfillment services for the marketplaces. A special segment are the warehouse services: a very popular service today.

In addition, we are actively engaged in the promotion of both trading complexes and individual partners. It is not a secret that any shopping mall is successful when it receives high traffic. That is why our marketing specialists work on attracting customers. These are various promotions, sweepstakes of different prizes for customers – starting with cars and finishing with textile products. We also organize shopping tours – for example, about 50 buses come to Ivanovo every day from different nearby regions: Yaroslavl, Nizhny Novgorod, Kostroma, etc. We take part in exhibitions and conferences, invite our colleagues from CIS countries and Turkey.

– How popular are the sites “TextileProfi Moscow” and “TextileProfi Ivanovo”?

– They are of very high demand. As for tenants, the occupancy rate of the complexes is around 99%. There is even a waiting list for warehouse space.

The shopping malls are also very popular with customers. Every day there are about 5-6 thousand retail customers, and 12-17 thousand at weekends. And then there are wholesalers, and deliveries to marketplaces. In 2022 the Ivanovo region textile companies have shipped textile products for 55 billion rubles to the marketplaces, which is a very significant amount.

– What are the nearest plans for the development of the trading complexes?

– We constantly keep our hand on the pulse of our partners’ requests. Thus, seeing the demand for storage space, last year we put into operation more than 7.5 thousand square meters of modern warehousing space. This year we plan to build two more commercial and warehouse terminals with the area of 2.5 thousand square meters in the Moscow and Ivanovo regions. We also plan to develop the infrastructure for the fulfillment.

Today we can say that customer traffic has fully recovered after the pandemic years. There are no problems with tenants, though some foreign brands have left the market, new ones are coming, which are not by any means worse in quality. We see an active growth in domestic production, both in fabrics and ready-made products, and many young Russian designers are willing to work with us.

A separate area of work is the development of cooperation with Belarusian manufacturers whose goods are in high demand on our market due to their quality and price range. We are negotiating with Bellegprom and hope that the goods from Belarus will be sold more widely in Russia.

I would also like to note that the light industry segment is also supported at the state level: these are grants for the purchase of new equipment, preferential interest on loans, reimbursement of expenses on advertising campaigns and many other things.

So, I think the textile industry and we, in particular, have great prospects for development. People will always need something to wear and we, in our turn, are ready to contribute to it and create favorable conditions – both for purchase and for sale of a diverse and demanded range of textile goods.

Prepared by Ekaterina Zolotareva

Анна Богаделина: «И НЕВОЗМОЖНОЕ ВОЗМОЖНО!»

Компания «Шуйские ситцы», комбинат полного цикла текстильного производства, перешагнула 200-летний рубеж своей истории в 2020 году. Третий век развития начался с пандемии, экономических ограничений и форс-мажорных событий мирового масштаба. Тем не менее предприятие не останавливалось ни на один день и 2022 год завершило с отличными финансовыми результатами.

О том, как предприятию это удалось, о его сегодняшнем дне, победах и перспективах нам рассказала генеральный директор ОАО Хлопчатобумажный комбинат «Шуйские ситцы» Анна Богаделина.



– Анна Викторовна, как комбинату удалось выстоять? В чём ваша сила?

– Когда быстро думаешь и много работаешь – нет ничего невозможного. Если заглянуть в нашу историю, купцы Посылины, основавшие первую ситценабивную мануфактуру в Шуе в начале XIX века, были по происхождению крепостными крестьянами. Не дожидаясь отмены крепостного права, они выкупили «вольную» для себя и семьи, построили фабрики; вкладывали большие деньги в модернизацию производства, в развитие города.

На первой в царской России выставке мануфактурных изделий ткани Посылиных получили Большую Золотую медаль за «прочность краски и доброту ткани при умеренной цене». В этом ключе и мы развиваемся. Не ждём благоприятных обстоятельств, принимаем смелые и нестандартные решения, за качество тканей отвечаем лично.

– И сохраняете преемственность поколений! Отец передал вам управление предприятием вместе с иммунитетом к кризисам?

– Да, мой отец, Виктор Александрович Богаделин, возглавивший компанию в 1996 году, фактически спас предприятие: выбрал путь модернизации и повышения производительности, инвестировал в развитие, хотя даже просто выжить производствам в те времена было нелегко. Папа научил меня видеть в каждой трудной ситуации новые возможности, никогда не опускать руки и смотреть вперёд. Он смог объединить несколько текстильных фабрик в предприятие полного цикла производства, обеспечив конкурентоспособность и устойчивость компании к колебаниям рынка.

– Компания «Шуйские ситцы» обрела широкую известность в 2022 году, когда вся страна узнала, кто производил постельное бельё для «ИКЕА». Как удалось повернуть ситуацию ухода крупнейшего заказчика в свою пользу?

– Да, потеря значительных объёмов производства и гарантированного сбыта стала серьёзным испытанием. Но паники у нас не было: мы-то знаем, что выход всегда есть! Паника была у потребителей, привыкших к постельному белью «европейского» качества и размеров. Это и привело нас к верному решению. Мы быстро подумали, посчитали... и в рекордные сроки, буквально за месяц от разработки рисунка до поставки готового постельного белья на маркетплейсы, вывели на рынок продукт, идентичный по размерам и качеству тому, что раньше продавался в сетевых магазинах под иностранным брендом. Коллекцию назвали YERRNA, и объёмы её продаж за несколько месяцев заместили объёмы, потерянные из-за прекращения сотрудничества с международной сетью. Признаться, мы сами не рассчитывали на столь успешный и быстрый результат.

– Фурор на Московской неделе моды тоже был неожиданным?

– Все приятные «неожиданности» – результат большой, кропотливой и вдохновенной работы! Коллекция Виктории Андреяновой, которая стала украшением главного подиума столицы этим летом, создана из тканей нашего традиционного ассортимента. Я всегда была уверена, что из наших тканей можно и нужно шить подиумные коллекции. Первый шаг в этом направлении сделал великий Вячеслав Зайцев в начале века: его коллекция из ткани

«Шуйских ситцев» до сих пор вызывает восхищение на показах. Много лет подряд мы снабжаем тканями начинающих модельеров в вузах и детских студиях моды нашего региона и вместе с ними побеждаем в профессиональных конкурсах. Коллекция – продукт нашей коллаборации с известным российским дизайнером Викторией Андреяновой – стала новым уровнем в нашем развитии как поставщика тканей для модной индустрии.

А начался 2022 год поставкой тканей производства компании «Шуйские ситцы» для летней коллекции женской одежды компании «Фаберлик». Завершился – творческой коллаборацией с художником Надеждой Васильевой и компанией СТВ, результатом которой стал выпуск ткани с принтом-комиксом на тему фильмов «Брат» и «Брат 2».

– Что ещё из «невозможного» вам удаётся, вопреки обстоятельствам?

– Для решения кадровой проблемы включились в качестве опорного бизнеса в федеральную программу «Профессионалитет», участвуем в подготовке рабочих кадров для текстильной промышленности.

Первыми из текстильных предприятий региона начали работу в проекте «Открытая промышленность», готовимся к запуску промышленного туризма. Открытость – синоним честности, а честность – необходимое условие качества.

Встала необходимость выполнить госбронзаказ – мобилизовали все ресурсы и не подвели. Когда я говорю, что нет ничего невозможного, думаю о своей команде. Это люди, преданные профессии и заточенные на результат. Люди, для которых «Шуйские ситцы» – дело жизни и дело чести.

The company Shuyskie Sitsy is a full-cycle textile mill, which has passed the 200-year milestone of its history in 2020. The third century of development began with a pandemic, economic constraints and force majeure events on a global scale. Nevertheless, the company did not stop for a single day and ended the year 2022 with excellent financial results. Anna Bogadelina, General Director of Shuyskie Sitsy, told us how the company managed to do it, about its current day, victories and prospects.

Anna Bogadelina: “AND THE IMPOSSIBLE IS POSSIBLE!”

– Anna Viktorovna, how did the mill manage to survive all these years? What is your power?

– If you think and work fast, nothing is impossible. If you look back in our history: Posylin merchants, who founded the first cotton textile mill in Shuya at the beginning of the 19th century, were serfs by birth. Without waiting for the abolition of serfdom, they bought “letters of freedom” for themselves and their families, built mills, invested a lot of money in the modernization of production, in the development of the city.

At the first exhibition of manufactured goods in tsarist Russia the fabrics of the Posylin family were awarded the Great Gold Medal for “durability and quality of fabrics at a reasonable price”. We are developing in this direction. We do not wait for favorable circumstances, we take bold, non-standard solutions, we are personally responsible for the quality of fabrics.

– And you maintain the continuity of generations! Did your father hand over the management of the company to you along with immunity to crises?

– Yes, my father, Victor Alexandrovich Bogadelin, who headed the company in 1996, actually saved the company: he chose the path of modernization and increasing productivity, invested in development, although it wasn't easy for the production to survive in those times. My father taught me to see new opportunities in every difficult situation, never to give up and to look forward. He was able to merge several textile mills into a full-cycle enterprise, making the company competitive and resistant to market fluctuations.

– Shuyskie Sitsy became widely known in 2022, when the whole country found out who was producing bedding for IKEA. How did you manage to turn the situation with the departure of the biggest customer in your favor?

– Yes, the loss of significant production volumes and guaranteed sales was a serious challenge. However, we didn't panic: we know there's always a way out! The panic was among consumers who were used to bed linen of “European” quality and size. This led us to the right decision. We thought fast, calculated... And in record time, in just one month, from the design drawing to the delivery of the finished bedding to the market, we launched a product identical in size and quality to what was previously sold in chain stores under a foreign brand. The collection was called YERRNA and in a few months its sales volume replaced the volume lost due to the termination of cooperation with the international chain. To be honest, we did not expect such a successful and quick result.

– The furor that your company had at Moscow Fashion Week was also unexpected?

– All pleasant “surprises” are the result of hard, painstaking and inspired work! Viktoria Andreyanova's collection, which became the “embellishment” of the capital's main catwalk this summer, was created from fabrics from our traditional assortment. I have always been sure that it is necessary and possible to sew

collections for the catwalk from our fabrics. The first step in this direction was made by the great Vyacheslav Zaitsev at the beginning of the century: his collection made of Shuyskie Sitsy fabric is still admired at catwalks. For many years in a row we have been supplying fabrics to budding fashion designers at universities and children's fashion studios in our region, and together with them we win professional competitions. The collection – the result of our cooperation with the famous Russian designer Viktoria Andreyanova – was a new level in our development as a supplier of fabrics for the fashion industry.

And 2022 began with the delivery of fabrics of the company Shuyskie Sitsy for a summer collection of women's clothing of the company Faberlic. It ended with a creative cooperation with the artist Nadezhda Vasilyeva and STV company, which resulted in a fabric with a comic print on the theme of “Brother” and “Brother 2”.

– What other “impossible” things do you manage to do despite the circumstances?

– In order to solve the staff problem we were included as a supporting enterprise in the federal program “Professionalism”, we participate in the training of workers for the textile industry.

We were the first textile company in the region to start the “Open Industry” project, and we are in the process of preparing for industrial tourism. Openness is synonymous with honesty, and honesty is a necessary condition for quality.

There was a need for fulfillment of the state defense order – we mobilized all resources and did not fail. When I say that nothing is impossible, I am thinking of my team. These are people who are dedicated to their profession and focused on results. People for whom the Shuyskie Sitsy company is a matter of life and honor.



Уникальный отечественный бренд женской, молодёжной и детской одежды «Риона», который знают и любят многие покупатели не только в России, но и в странах СНГ, открывает свой первый магазин – и не где-нибудь, а в самом центре Москвы: в «Центральном детском магазине на Лубянке».

По словам основательницы и генерального директора компании Юлии Петровой, раньше преданные клиенты, попадая в шоурум или на выставочный стенд, уходили порой с тремя сумками покупок, потому что неизвестно было, когда вновь в продаже появится любимый бренд.

Теперь искать «Риону» не нужно: перед школьным сезоном продажи стартуют в «сердце» столицы –

в известном, престижном и исторически притягательном месте.

Несмотря на понятную загруженность в преддверии такого знакового события, Юлия Петрова нашла время побеседовать с нами об ассортименте в новом магазине, тенденциях моды и секретах fashion-индустрии.

– Юлия, как вы считаете, сегодня в нашей стране (да и в мире) кого больше в индустрии моды: женщин или мужчин? Или, скажем так, пол вообще не имеет значения для этого вида деятельности?

– Я думаю, если рассматривать сферу моды и дизайна, то больше женщин. Если смотреть на запуск стабильных производственных процессов и торговли, то, возможно, одинаковое соотношение или даже мужчин больше.

Знаете, в «модном» бизнесе чётко прослеживаются разнообразие структур и момент, когда процессы можно отладить и когда они достаточно непредсказуемы.

Мне думается, сама женщина по природе является двигателем модной индустрии. Она старается быть привлекательной, обновлять внешний облик, одевать детей под стать семье и самой себе.

Если же рассматривать моду как бизнес, то у нас, конечно, как и всегда и везде, все хотят одного: стабильности и постоянства. Поставить бизнес на рельсы и запустить, чтобы он работал долго и бесперебойно.

Но разработка, смена материалов, построение новых форм всегда являются делом дорогим и хлопотным. Наладить процессы в fashion-индустрии – дело непростое, даже рискованное. Конечно, люди



Любимый бренд «РИОНА» ТЕПЕРЬ В ЦЕНТРЕ МОСКВЫ

хотят красиво одеваться, разнообразить внешний вид, обновлять гардероб. Однако по каким законам работает мода, как угадать, если всё постоянно меняется: то уже, то шире, то смена цветов, то длины, бесконечные детали, отделка, новая фурнитура. И у всего этого такой короткий век...

Вот эта женская гибкость и «лёгкость» больше востребованы в сфере разработки и креатива, новых коллекций. Другое дело – форма, спецодежда или хотя бы классический или однообразный стиль. Тогда понятно, во что и насколько вкладывать деньги, и мужчинам здесь проще.

Но в целом – в fashion-индустрии сложно планировать доход, потому что нет возможности предсказать результат. Поэтому, мне кажется, все участники этого бизнеса, как мужчины, так и женщины, либо испытывают утомление, помноженное на оптимизм и энтузиазм, либо пытаются как-то отрегулировать бизнес-процессы, сделать их более статичными.

– Чего больше в вашей работе – бизнеса или творчества?

– Хотелось бы, конечно, чтобы творчества. Но для того, чтобы им заниматься, нужны деньги. Вот и приходится балансировать, перемещаясь из одной роли в другую. Мне

просто повезло в том, что чувство новизны и поиска более современных и совершенных материалов и конструкций меня не утомляет, а вызывает интерес. Порой для этого поиска нужно много ресурсов – и человеческих, и материальных. Если я вижу, что разработка затянулась и окупить её будет сложно, начинаю искать более простой и доступный способ. Главное, чтобы одно не перевесило другое. Самое неприятное в этой длительной работе, когда после всех творческих трудов не получается запустить партию из-за недостатка финансов.

– В одном из недавних интервью вы говорили, что создали собственную, уникальную бизнес-модель. Можете рассказать о ней подробнее?

– Это чисто управленческая система расчёта. Уникальность её в том, что она конкретно создана под наше предприятие и под наш объём продаж. А суть в том, чтобы не делить все расходы на все выпущенные товары, а только часть товара обложить максимальными расходами, а остальную часть считать как произведённую без дополнительных затрат. В этом случае получают более конкретные группы товара, которые способны нести нагрузку, доводя её до точки безубыточности и окупая все

издержки, а остальные хотя бы на бумаге получаются прибыльными.

Первые – это постоянный, ходовой ассортимент, который разрабатывается заранее и продаётся с учётом предоплаты, а второй – из сферы «быстрой» моды, выпускается ближе к сезону, так как более подвержен сменяемости и очень недолговечен. Но и та и другая группы находятся теперь в постоянных позициях компании и отражают её настроя.

Кстати, сейчас наша бизнес-модель снова претерпела изменения, так как в нынешней ситуации опять пришлось дописывать и видоизменять уже опробованные и дававшие результаты схемы.

– Всегда интересно отследить какой-то переломный момент, когда человек меняет свою жизнь, решается пойти нехоженым ранее путём. Когда он наступил для вас, почему индустрия моды стала вашим главным делом?

– Я стала заниматься этим бизнесом, потому что для начала открытия своего производства нужны небольшие ресурсы и определённые умения. Так вышло, что у меня это совпало с временным моментом и личным стремлением. Хотя, скорее всего, это и было моим путём: различные и разносторонние навыки, умение организовывать команду, принимать смелые решения, устанавливать хорошие отношения с людьми, находить друзей и вызывать симпатию у старших и уважение у сверстников. Все эти качества были присущи мне с детства, они остались со мной и сейчас. И это очень помогает в работе.

А вообще, мне нравится любой вид бизнеса. Нравится, когда изобретения становятся на поток и приносят пользу людям. Очень люблю, когда можно улучшить какой-то продукт, поменять технологию и в конечном счёте создать серийное производство. Просто у меня такой ход мыслей, такое умонастроение, скажем. Мне вообще неинтересно то, что нельзя масштабировать. А вот умение создать серийное производство из чего бы то ни было – очень увлекательно.

Особенно интересно в индустрии моды, которая сама по себе сложный вид деятельности. Здесь очень многое зависит от работы всей команды и чётких сплочённых действий. Не представляю, кто бы мог, как мы, так же быстро менять коллекции и предлагать новый продукт с отработанной технологией несколько раз за сезон.

Всё это я делаю, потому что надеюсь, что когда-нибудь станет проще, так как оказывается, что эту науку можно отследить изнутри и понять, как это всё работает, а не только двигаться на ощупь. Хорошая новость в том, что мода не так уж капризна. Это просто бизнес, и он достаточно логичен.

– Как повлияло на ваш бизнес появление детей, когда пришла идея задействовать их в создании и демонстрации новых коллекций?

– «Нужно приучать детей к труду», «семейный бизнес» – подобные формулировки всегда живут в нашем сознании. И, по сути, это очень правильно. И для детей, и для бизнеса.

Опыт, любовь ко всему новому, открытость для восприятия современного и свежего взгляда – всё это есть в нашей семье, и каждый перевоплощается для той или иной задачи, выполняет то, что может, по силам.

Да и тестирование моделей проще, когда видишь их со стороны или используешь сам. Я заметила, что детский или подростковый продукт всегда появляется по мере того, как в нём возникает потребность. До появления младшего ребёнка я очень комфортно чувствовала себя в женском бренде «Риона», удалось совершить скачок – от небольших партий до массовых продаж кассовых моделей верхней одежды, которые стали бестселлерами. Но приходилось прилагать много усилий. Когда дети стали участвовать в процессе, многое стало легче, и я с удовольствием воспользовалась этим ресурсом.

Однако хочу подчеркнуть, что участие членов семьи необязательно, и можно, конечно, создавать крутые модели, не опираясь на помощь извне. Просто в моём случае получилось так, что всё сложилось и всё пригодилось.

– Что важнее в вашем бизнесе: придумать, сшить или продать?

– Конкурентное поле, в которое попадает наша продукция, настолько сложное и жёсткое, что, несомненно, важно всё – и при этом в лучшем виде. Если наш продукт не будет продаваться с ходу, то клиенты не будут приходить, звонить и ждать, верить и надеяться на нас. Поэтому мы постоянно подтягиваем то один навык, то другой, работаем как крупное предприятие, при этом оставаясь не особо заметными для большого количества потенциальных конечных покупателей.

Могу только точно сказать, что на первом месте для меня всегда не собственные интересы, а интересы моих покупателей. Такой подход свойственен работе на долгосрочную перспективу, когда свои нужды откладываешь ради сегодняшней радости клиента.

Поэтому если кратко сформулировать ответ, то он будет выглядеть так: нужно придумать такое, чтобы это было легко продать и возможно произвести.

– Может быть, наметьте, если не секрет, что будет модным и востребованным в будущей осенней коллекции, ведь лето проходит так быстро.

– Несомненно, это одна из моих любимых тем. Смена трендов, форм, сезонное изменение цвета, ткани, дизайна, посадки... Что же главное во всём этом? Пожалуй, главное – это форма. Приталенный силуэт, прямой, овальный – в разное время акту-

альны свои тенденции. Затем цвет. Важны также сменяемость элементов, присутствие фирменного стиля, детали дизайна – всё это вишенки на торте.

Как ни странно, универсальных решений в этой сфере нет. Мода очень многообразна и персонализирована: возраст, образ жизни, окружение, область применения, необходимость придерживаться определённых профессиональных требований – всё это важно учитывать.

Классическая или деловая мода более постоянна, подходит тем, кто не любит привлекать к себе внимание, хочет всегда и везде чувствовать себя уверенно. Современный стиль более подвержен изменениям и подходит людям с амбициями и желанием обратить на себя внимание. Опять же: где-то нужно одеться «на гребне» моды, а где-то – в традиционном стиле. В молодёжной среде важно действовать немного на опережение, а в более взрослой – имеет значение качество материалов и пошива.

Поэтому сложно ответить на вопрос: что нужно носить? Могу сказать точно одно: в нашем модном пространстве есть всё разнообразие форм и фасонов, два направления на разные потребности.

В деловом и школьном стиле представлены более 50 вариантов сложных и актуальных форм рубашек, удобные и комфортные брюки, современные модные юбки, комплекты, подходящие для ежедневной носки. Представлено также смешанное направление современной классики.

Думаю, в нашем первом магазине также получится решить задачу, как сочетать классическую форму с современными запросами нового поколения, что предложить взрослеющим детям, модным подросткам и молодёжи, ведь многие мучаются этим вопросом. Поэтому приглашаем создать модный и продуманный образ к школе: приобрести одежду для повседневного использования, торжественных моментов или спортивных занятий, стильное и удобное пальто на осень, тёплый пуховик на зиму.

Также будет представлена подборка для взыскательных молодых женщин, которые ценят сочетание модного кроя и качественных новых материалов.

– Когда откроется магазин и появятся ли другие торговые помещения бренда «Риона»?

– Магазин откроется в середине лета. От того, как он покажет себя, станет понятно, как будут работать франчайзинговые точки наших партнёров, потому что после тестового периода мы планируем готовить предложение по франшизе монобрендового магазина.

Мы будем верить в то, что у нас получится стать признанными законодателями модных тенденций, которые будут радовать быстрым обновлением и высоким качеством своих взыскательных покупателей.



Popular brand Riona – NOW IN THE CENTER OF MOSCOW

A unique domestic brand of women's, youth and children's clothing Riona, known and loved by many customers not only in Russia, but also in the CIS countries, is opening its first store, and not just anywhere, but in the center of Moscow – in the “Central Store for Children on Lubyanka”. According to founder and CEO Yulia Petrova, previously loyal customers who came to the showroom or exhibition stand sometimes left with three shopping bags because they didn't know when their favorite brand would be on sale again. Now there is no need to search for Riona – before the school season begins, sales will be held in the heart of the capital, in a well-known, prestigious and historically attractive location. Despite the understandable workload on the eve of such an important event, Yulia Petrova found time to talk to us about the new store's assortment, fashion trends, and the secrets of the fashion industry.

– *Yulia, what do you think, today in our country and in the world, who is more in the fashion industry – women or men? Or should we say that gender does not play a role in this kind of activity?*

– I think if we look at the fashion and design industry, there are more women. If you look at the introduction of stable production processes and commerce, it's probably the same ratio or even more men.

You know, in the fashion business there is a clear diversity of structures and the moment when processes can be debugged and when they are quite unpredictable.

I think the woman herself is by nature the engine of the fashion industry. She tries to be attractive, to renew her appearance, to dress her children, to make them look like her family and herself.

If we look at fashion as a business, then of course here, as always and everywhere, everyone wants the same thing – stability and consistency. To get the business off the ground and run it so that it works for a long time and without interruption.

But developing, changing materials and building new shapes is always an expensive and laborious business. Setting up processes in the fashion industry is not easy, it is even risky. Of course, people want to dress well, diversify their appearance, and renew their

wardrobe. But according to what laws does fashion work, how to guess when everything is constantly changing: it's narrower and wider, the change of colors, the length, endless details, trimmings, new accessories. And everything has such a short lifespan...

This flexibility and “lightness” of a woman is more in demand in the field of development and creativity, in new collections. Uniforms, overalls or at least a classic or monotonous style are another matter. Then it is clear what and how much to invest and it is easier for men.

But in general, in the fashion industry it is difficult to plan income, because there is no way to predict the outcome. Therefore, it seems to me that all participants in this business, both men and women, either experience fatigue multiplied by optimism and enthusiasm, or try to adjust the business processes in some way, to make them more static.

– *What is more in your work – business or creativity?*

– Of course I wish there was more creativity in my work. But to do that I need money. So I have to strike a balance by moving from one role to another. I'm just lucky that the sense of novelty and the search for more modern and advanced materials and designs doesn't tire me

out, but keeps me interested. Sometimes this search requires a lot of resources, both human and material. If I see that the development will be delayed and it will be difficult to pay for it, I start looking for a simpler and more affordable way. The main thing is that one does not outweigh the other. The most unpleasant part of this long work is when, after all the creative work, I can't launch a batch because of lack of funds.

– *In a recent interview you said that you have created your own unique business model. Can you tell us more about it?*

– It is a simple management accounting system. Its uniqueness is that it was created specifically for our company and our sales volume. And the bottom line is not to split all costs for all produced goods, but to charge only a part of the goods with maximum costs and to consider the rest of the goods as produced without any additional costs. In this case, we get more specific groups of goods that can carry the load, bring it to the break-even point and recoup all the costs, and the rest, at least on paper, turns out to be profitable.

The first is a permanent, marketable range, developed in advance and sold on a prepayment basis, and the second is “fast” fashion, produced closer to the season, as it is more volatile and very short-lived. But

both groups are now permanent fixtures in the company and reflect the mood of the company.

By the way, now our business model has changed again, because in the current situation we had to rewrite and modify the schemes that had already been tried and had yielded results.

– It is always interesting to trace a turning point, when a person changes his life, decides to go a different way. When did that happen for you and why did the fashion industry become your main business?

– I got into this business because I needed small resources and certain skills to start my own production. It just happened to coincide with my timing and personal aspirations. Although it was probably my way: diverse and versatile skills, the ability to organize a team, to make courageous decisions, to build good relationships with people, to make friends, to gain the sympathy of elders and the respect of peers. All these qualities were inherent in me since childhood, they have remained with me now. And it really helps me in my work.

And in general, I like any kind of business. I like it when inventions become a flow and benefit people. I love it when I can improve a product, change the technology and eventually create mass production. That's just the way I think. That kind of thinking, let's say. I'm not at all interested in something that can't be scaled. But being able to create mass production out of anything is very exciting.

It's especially interesting in the fashion industry, which is a complex business in itself. A lot depends on the work of the whole team and clear, cohesive action. I can't imagine anyone else being able to change collections as quickly as we do and offer a new product with proven technology several times a season.

I do all of this because I hope that one day it will be easier, because it turns out that you can follow this science from the inside out and understand how it all works, not just move by feel. The good news is that fashion is not so capricious. It's just a business, and it's logical enough.

– How did the birth of children affect your business when you came up with the idea of involving them in the creation and presentation of new collections?

– “You have to teach children to work”, “family business” – such phrases are always in our minds. And it's true. Both for the children and for the company.

Experience, love for everything new, openness to the modern and fresh view – all this is in our family, and everyone transforms for this or that task, does what he can, according to his abilities.

And testing models is easier when you see them from the outside or use them yourself. I have noticed that a child's or

teenager's product always appears when the need arises. Before I had my youngest child, I felt very comfortable with the women's brand Riona, I managed to make the leap – from small batches to mass sales of the best outerwear models, which became bestsellers. But it took a lot of work. When the children were involved in the process, a lot became easier, and I was happy to take advantage of this resource.

However, I want to emphasize that family participation is not necessary, and it is certainly possible to create cool designs without relying on outside help. In my case, it just so happened that everything came together and was useful.

– What is more important in your business: to invent, to sew, or to sell?

– The competitive environment in which our products operate is so complex and tough that it is undoubtedly important to do everything and to do it in the best possible way. If our product doesn't sell immediately, customers won't come and call and wait and believe and hope in us. That's why we're constantly improving one skill or another and working like a big company without being very visible to a large number of potential end customers.

I can only say that I always put my clients interests first, not my own. This approach is characteristic of long-term work, when you put your own needs aside for the sake of the customer's pleasure today.

So if I were to give you a short answer, it would be this: you have to come up with something that's easy to sell and possible to produce.

– Maybe you can give us a hint, if it's not a secret, what's going to be fashionable and

in demand in the upcoming fall collection – because summer goes by so fast.

– This is undoubtedly one of my favorite topics. Changing trends, shapes, seasonal changes in color, fabric, design, fit... What's the most important thing in all this? Maybe the most important thing is the shape. The fitted silhouette, straight, oval – different trends are relevant at different times. Then the color. The interchangeability of elements, the presence of a signature style, design details are also important – all these are the icing on the cake.

Ironically, there are no universal solutions in this field. Fashion is very diverse and personalized – age, lifestyle, environment, field of application, the need to meet certain professional requirements – all this is important to consider.

Classic or business fashion is more constant, suitable for those who do not like to draw attention to themselves, who want to feel confident always and everywhere. The modern style is more changeable and suits people with ambition and the desire to attract attention. Again, somewhere you need to dress at the forefront of fashion, and somewhere you need to dress in a traditional style. For young people it is important to be a bit ahead of the game, and for adults it is the quality of the materials and the tailoring that counts.

So it's hard to answer the question of what to wear. I can say one thing for sure – in our fashion space there is a whole variety of shapes and styles, two trends for different needs.

In business and school style there are more than 50 variants of complex and current shapes of shirts, comfortable and cozy pants, modern fashionable skirts, sets suitable for everyday use. Mixed direction of modern classics is also presented.

I think that in our first store we can also solve the problem of how to combine the classic uniform with the modern demands of the new generation, what to offer to the growing children, trendy teenagers and young people, because many are tormented by this question. Therefore, we invite you to create a fashionable and thoughtful look for school – to buy clothes for everyday use, ceremonial moments or sports activities, a stylish and comfortable coat for fall, a warm down jacket for winter.

There will also be a selection for demanding young women who appreciate the combination of fashionable cut and quality new materials.

– When will the store open and will there be other Riona brand retail spaces?

– The store will be opened in the middle of summer. It will become clear how the franchise stores of our partners will work, because after the test period we plan to prepare a proposal for a mono-brand store franchise.

We believe that we will be able to become recognized trendsetters who will satisfy their demanding customers with fast updates and high quality.





Choupette – российский бренд дизайнерской одежды для детей от 0 до 12 лет, который завоевал признание не только в России, но и за рубежом. Сегодня, несмотря на объективные сложности в экономике, сеть фирменных магазинов Choupette продолжает развиваться и делает это успешно. О том, что обеспечивает бренду развитие, как не только выстоять в сложные времена, но и вырасти во всех показателях, рассказала АНАСТАСИЯ ВАСИЛЬКОВА, директор по развитию ТМ Choupette.

АНАСТАСИЯ ВАСИЛЬКОВА: «СТАБИЛЬНОСТЬ – КАК СТРАТЕГИЯ УСПЕШНОГО РАЗВИТИЯ»

– В 2022 году Choupette занял 1-е место в списке лучших франшиз России в категории «Детские товары» по версии businessmen.ru, нарастил выручку. И всё это на фоне антироссийских санкций. Какие шаги позволили добиться успеха?

– Конечно, 2022 год был сложным для всех. Но главным было пережить первый шок и не нести его дальше за собой в бизнес. Основными проблемами стали разрушение прежних логистических цепочек и платежи за рубеж, так как мы закупает сырьё в других странах. Кроме того, большой удар был нанесён по текстильной отрасли из-за землетрясения в Турции. Турция является поставщиком номер один по трикотажным и костюмным полотнам, а бедствие произошло в текстильном регионе, и, помимо большой человеческой трагедии, оказались разрушены многие фабрики. Как следствие, компании, которые работают с качественными текстильными материалами, столкнулись ещё и с недостатком сырья.

Choupette удалось справиться со всеми вызовами 2022 года, мы закрыли его с приростом выручки на 40%. И залогом этого успеха стало то, что, несмотря на общую турбулентность рынка, Choupette сохранил стабильность во всех процессах: в коммуникации с клиентами, с партнёрами, в логистических процессах, в закупках тканей и своевременном выходе коллекций. Это было непросто, но для fashion-индустрии временной фактор крайне важен, нам нужно было не подвести партнёров и выпустить коллекции в срок. Мы смогли быстро перестроить финансовый канал и логистические цепочки. И если у многих конкурентов весенние коллекции стали выходить только к началу лета, то мы выдавали их по плану к началу сезона. Для наших партнёров это стало мощным сигналом: на Choupette можно положиться, с нами можно чувствовать себя уверенно.

Так что в 2022 году мы только укрепили свой имидж стабильного партнёра как среди сетей, так и среди франчайзи, выпуская

в срок коллекции, отвечающие мировым трендам. Но, на мой взгляд, основные испытания предстоят в текущем году, когда все негативные последствия санкций бизнес ощутит уже в полной мере.

– А Choupette готов к этому?

– Уверена в этом. Мы прилагаем максимальное количество усилий, чтобы продолжать обоснованно находиться в сегменте «средний, средний плюс», в котором мы стратегически хотим оставаться, несмотря ни на какие перипетии рынка. Мы считаем это определённой миссией бренда – создавать красивую качественную одежду по последним мировым трендам и обеспечивать ею ту часть населения, которая к этому стремится. И бросать своих покупателей мы не собираемся. Choupette остаётся верен себе и своему позиционированию.

Во-вторых, стрессовые события, начиная ещё со времён пандемии, а затем в связи с геополитической ситуацией 2022 года, поменяли во многом поведение

потребителей. Произошло значительное перемещение потребителей в онлайн, но мы, напротив, в продвижении бренда усиливаем офлайн-составляющую. Почему? Потому что для сегмента «средний плюс», где находится Choupette, немногие онлайн-площадки могут предоставить достойный сервис, представление бренда – на большинстве маркетплейсов прослеживается тенденция к более дешёвой и быстрой продаже. Это не наш путь. Мы, я полагаю, имеем право позиционировать себя как трендсеттера в детской моде. Да, возможно, какое-то время нам будет тяжелее на рынке, чем тем компаниям, которые уходят в массмаркет, но я уверена, что за офлайном – будущее. Для детского сегмента очень важны эмоциональная составляющая, совместные покупки и выбор вещей с детьми. Сейчас мы работаем на будущее, усиливая офлайн-коммуникации.

И наконец, третий кит – наша франчайзинговая сеть. На данный момент она менее многочисленная, чем у ряда конкурентов, но сильная. Все предыдущие годы мы фокусировались на качестве этой сети, и сейчас эти усилия дают результат. Ведь что такое качественный партнёр – это партнёр, который понимает «ДНК» бренда, его внутренние и внешние отличительные параметры, определяющие уникальность, и который соблюдает стандарты. Любой франчайзер подтвердит, что этого сложно добиться. Мы потратили на это время и силы и к периоду, который оказался тяжёлым для рынка, подошли в оптимальной форме, с сильными партнёрами и магазинами. И в нынешней ситуации это отлично удерживает бренд от разбалансировки.

Эти инструменты и позволят добиться тех целей, которые мы себе ставим, а это дальнейшее развитие сети. Поработав все стандарты, отладив работу с франчайзи до мелочей, в этом году мы планируем сделать акцент на количественном показателе и открыть новые точки в тех городах и регионах, где ещё нет магазинов Choupette.



– Choupette всегда отличала мощная франчайзинговая программа, но сегодня многие держатели франшиз сетуют на то, что предприниматели стали более осторожными, они меньше склонны к инвестициям. Вы ощутили на себе эту тенденцию?

– Парадокс, но, несмотря на то, что сегодня на рынке действительно спад интереса к инвестированию, у Choupette ситуация противоположная: мы видим рост интереса к бренду. И этот интерес мы не подогревали намеренно, он возник естественным путём. Связано это с тем, что наша целевая аудитория – предприниматели – в нестабильной рыночной ситуации ищет, куда эффективно вложить средства, чтобы сохранить и приумножить их. Успешность бизнес-модели Choupette подтверждена опытом, отзывами и конкретными результатами, что вдохновляет предпринимателей, поэтому мы и наблюдаем всё больше заинтересованности во франшизе в Choupette. И мы этот интерес, безусловно, будем поддерживать, так как искренне уверены, что бренд Choupette – хорошая идея для инвестиций.

Для поддержания интереса мы сейчас запускаем на российском рынке IT-проект, который, к слову, опробовали уже за границей, – это автоворонка для лидогенерации, которая будет приносить нам квалифицированные лиды, т. е., проще говоря, качественные запросы на франшизу.

– Если говорить о том, как бренд выстраивает взаимоотношения с франчайзи, то претерпели ли они какие-либо изменения в связи с изменившимися экономическими условиями?

– Основа остаётся неизменной – всесторонняя поддержка партнёров. Безусловно, мы на постоянной основе проводим мониторинг собственных предложений и процессов, следим, чтобы они были актуальными, и при необходимости вносим коррективы. На мой взгляд, наша сильная сторона – отлично выстроенная обратная связь с партнёрами. Например, даже в таком привычном для всех fashion-брендов моменте, как предзаказ, мы применяем собственный подход: внимательно выслушиваем все комментарии, отзывы и предложения от партнёров, обрабатываем их предложения оперативно в течение предзаказной сессии и уже в середине сессии предлагаем им изменения, внесённые в матрицу. Таким образом, наши партнёры видят свою работу и свой вклад в такую важную часть, как создание матрицы, а в конечном итоге – в развитие бренда и в его экономический успех. Мы всегда прислушиваемся к мнению партнёров, так как именно они находятся на передовой, у них всегда самые свежие отзывы от покупателей.

Отлично работает наш «Университет Choupette», который, по сути, является многофункциональной платформой для

обучения, основная задача которой – облегчить предпринимателям процессы по открытию магазинов и развитию бренда. Сейчас одна из основных проблем, с которой сталкиваются предприниматели, – это работа с персоналом, особенно с линейным персоналом. Мы ввели на платформе несколько новых интерактивных курсов, которые позволяют обучать и адаптировать продавцов с наименьшим вовлечением наставников и управляющих. Это освобождает кадры и позволяет управляющим больше концентрироваться на других важных задачах.

Отдельно мы проводим курсы для владельцев бизнеса и управляющих разного уровня. В этом году запустили углублённую программу, по которой уже получаем очень хорошие отзывы. К слову, этот курс тоже нацелен на работу с персоналом. Мы сейчас целенаправленно делаем акцент на этом сегменте, чтобы помочь партнёрам решить все проблемы в этом важнейшем аспекте работы.



– Бренд вышел на международный рынок около четырёх лет назад, получил хороший коммерческий эффект от открытия магазинов за рубежом. Сегодня Choupette активно расширяет своё присутствие в восточных и азиатских странах. Какие особенности при выходе на международный уровень можно отметить?

– Сейчас при выходе на зарубежные рынки мы используем два основных формата. Мы работаем и готовы работать с сетями, а также предлагаем франшизу. Мы уже имеем позитивные кейсы работы нашей бизнес-модели на международном рынке. Но

зарубежный рынок нельзя рассматривать как единое целое, у каждой страны свои особенности. Например, в Индии предпочтительнее работать через франчайзи, в Дубае – одним из самых сложных рынков для выхода, так как он насыщен и там высокая конкуренция – лучше работает стратегия открытия собственных магазинов.

Если говорить о дальнем зарубежье, то сегодня у нас открыты магазины в Кувейте и Индии, а также монобрендовые корнеры в известной сети универмагов в ОАЭ. К слову, команда Choupette прошла отборочный этап международной акселерационной программы Московского экспортного центра по Ближнему Востоку. Из 300 заявок отобрано 15 компаний. Программа включает в себя непосредственное взаимодействие с зарубежными партнёрами из Саудовской Аравии и ОАЭ: каждую команду будут сопровождать несколько международных экспертов. Мы всегда пытаемся досконально понять тот рынок, на который выходим. Choupette не тот бренд, который «заскакивает» на новое

направление с большими инвестициями, а затем «заскакивает» обратно с большими потерями. По каждой стране, каждому рынку у нас есть чёткое понимание, каких целей мы хотим добиться.

– Какой стратегии Choupette намерен следовать в ближайшем будущем?

– Сегодня главное – это стабильность всех процессов. И это ощущение стабильности у бренда, у сотрудников компании, у наших партнёров и покупателей, их уверенность в тех ценностях, которые несёт бренд, сейчас и есть главная стратегия. И тогда у бренда есть будущее.



Choupette is a Russian brand of designer clothing for children from 0 to 12 years old, which has won recognition not only in Russia, but also abroad. Today, despite the objective difficulties in the economy, the chain of Choupette branded stores continues to develop and does it successfully. ANASTASIA VASILKOVA, Development Director of TM Choupette, talked to us about what ensures the brand's development, how not only to survive in difficult times, but also to grow in all indicators.

ANASTASIA VASILKOVA, "STABILITY AS A STRATEGY FOR SUCCESSFUL DEVELOPMENT"

– In 2022, Choupette took 1st place in the list of the best franchises in Russia in the "Children's goods" category according to businessmen.ru, and increased its revenue. And all this against a background of anti-Russian sanctions. What steps made it possible to achieve success?

– Of course, 2022 was a difficult year for everyone. But the main thing was to survive the first shock and not carry it further into the business. The main problems were the destruction of the former logistics chains and payments abroad, as we purchase raw materials in other countries. In addition, a big blow was inflicted on the textile industry due to the earthquake in Turkey. Turkey is the number one supplier of knitted and costume fabrics, and the disaster occurred in the textile region, and in addition to a great human tragedy, many factories were destroyed, as a result, companies that work with high-quality textile materials also faced a shortage of raw materials.

Choupette managed to cope with all the challenges of 2022, we closed it with an increase in revenue of 40%. And the key to this success was that despite the overall market turbulence Choupette has maintained stability in all processes: in communication with customers, partners, logistics processes, procurement of fabrics and the timely release of collections. It hasn't been easy, but for the fashion industry the time factor is extremely important, we had to not let our partners down and release the collections

on time. We were able to quickly rebuild the financial channel and logistics chain. And if many competitors started to release spring collections only by the beginning of summer, we were releasing them by the beginning of the season according to the plan. And this was a strong signal to our partners that you can rely on Choupette and feel confident with us.

So in 2022, we only strengthened our image as a stable partner both among chains and among franchisees, releasing collections that meet global trends on time. But in my opinion, the main tests are coming this year, when businesses will already feel all the negative consequences of sanctions in full.

– Is Choupette ready for this?

– I'm sure of it. We make every effort to continue to reasonably be in the medium, medium plus segment, in which we strategically want to remain, despite any market upheavals. We consider this a definite mission of the brand – to create beautiful high-quality clothes according to the latest global trends and provide it to that part of the population that aspires to this. And we are not going to abandon our customers. Choupette stays true to itself and its positioning.

Secondly, stressful events since the pandemic and then the geopolitical situation of 2022 have changed consumer behavior in many ways. There has been a significant shift of consumers to shop online, but we, on the contrary, are strengthening the offline component in our brand promotion.

Why? Because for the mid-plus segment, where Choupette is located, few online sites can provide a decent service, brand representation – most marketplaces tend to sell cheaper and faster. This is not our way. We, I believe, have the right to position ourselves as a trendsetter in children's fashion. Yes, perhaps for some time it will be harder for us in the market than for those companies that go into the mass market, but I am sure that offline is the future. For the children's segment, the emotional component, joint purchases and the choice of things with children are very important. And now we are working for the future, strengthening offline communications.

And, finally, the third pillar is our franchise network. At the moment, it is less numerous than a number of competitors, but strong. All previous years we focused on the quality of this network, and now these efforts are bearing fruit. After all, what is a quality partner – a partner who understands the DNA of the brand – its internal and external distinctive parameters that determine the uniqueness that complies with standards. Any franchisor will confirm that this is difficult to achieve. We spent time and effort on this, and we approached the period, which turned out to be difficult for the market, in optimal shape, with strong partners and stores. And in the current situation, this perfectly keeps the brand from unbalancing.

These tools will allow us to achieve the goals that we set ourselves, which is the further development of the network. Having worked up all the standards, having fine-tuned our

work with franchisees, this year we are going to focus on the quantitative index and open new outlets in the cities and regions where Choupette stores are not yet available.

– *Choupette has always had a strong franchise program, but today many franchise holders complain that entrepreneurs have become more cautious and less inclined to invest. Have you felt this trend for yourself?*

– It's a paradox, but even though there really is a decline in interest in investing in the market today, the situation at Choupette is the opposite – we are seeing an increase in interest in the brand. And this interest we have not deliberately stirred up, it arose naturally. This is due to the fact that our target audience is entrepreneurs, in an unstable market situation, looking for somewhere to effectively invest money in order to preserve and multiply it. The success of the Choupette business model is proven by experience, feedback and concrete results, which inspires entrepreneurs, which is why we are seeing more interest in the Choupette franchise. And we will certainly support this interest, as we sincerely believe that the Choupette brand is a good investment idea.

To maintain interest, we are now launching an IT project on the Russian market, which, by the way, has already been tested abroad – this is an auto funnel for lead generation, which will bring us qualified leads, i.e. simply speaking – quality franchise requests.

– *If we were to talk about how the brand builds relationships with franchisees, have they changed due to the changed economic conditions?*

– The basics remain the same – the comprehensive support of the partners. Of course, we constantly monitor our own offers and processes, making sure they are up-to-date and making adjustments if necessary. In my opinion, our strong point is excellent feedback from our partners. For example, even in such a common for all fashion-brands moment as pre-order, we use our own approach – we carefully listen to all comments, feedback and suggestions from our partners, and process their suggestions promptly during



the pre-order session, and in the middle of the session we offer them the changes made in the matrix. Thus, our partners see their work and their contribution to such an important part as creation of a matrix, and as a result – to the brand development and its economic success. We always listen to our partners, as they are the ones who are on the front line, they always have the latest feedback from customers.

Our Choupette University works perfectly, which is essentially a multifunctional learning platform, the main task of which is to facilitate the processes of opening stores and brand development for entrepreneurs. Now one of the main problems faced by entrepreneurs is working with staff, especially with line staff. We have introduced several new interactive courses to the platform that allow us to train and adapt sellers with the least involvement of mentors and managers. This frees up the staff and allows managers to concentrate more on other important tasks.

Separately, we conduct courses for business owners and managers of different levels. This year we launched an in-depth program for which we are already receiving very good reviews. By the way, this course is also aimed at working with staff. We are now purposefully focusing on this segment in order to help our partners solve all the problems in this most important aspect of work.

– *The brand entered the international market about 4 years ago, having received a good commercial effect from the opening of stores abroad. Today Choupette is actively expanding its presence in Eastern and Asian countries. What are the peculiarities of going international?*

– Now, when entering foreign markets, we use two main formats. We are working and ready to work with networks, and also offer a franchise. We already have positive cases of our business model working in the international market. But the foreign market cannot be considered as a whole, each country has its own characteristics. For example, in India it is preferable to work through franchisees, in Dubai – one of the most difficult markets to enter, as it is saturated and there is high competition – the strategy of opening your own stores works better.

If we are talking about the far abroad, then today we have stores in Kuwait and India, as well as mono-brand corners in a well-known department store chain in the UAE. By the way, the Choupette team has passed the qualifying stage of the international acceleration program of the Moscow Export Center for the Middle East; 15 companies were selected from 300 applications. The program includes direct interaction with foreign partners from Saudi Arabia and the UAE: each team will be accompanied by several international experts. We always try to thoroughly understand the market we enter. Choupette is not the kind of brand that “pops in” on a new direction with a big investment and then “pops back out” with a big loss. For each country, for every market, we have a clear understanding of what we want to achieve.

– *What strategy does Choupette intend to follow in the near future?*

– Today the main thing is the stability of all processes. And this feeling of stability in the brand, the company's employees, our partners and customers, their confidence in the values that the brand carries, is now the main strategy. And then the brand has a future.





«ИДЕАЛЬНАЯ ЗАЩИТА ИМЕННО ДЛЯ ВАС»

Компания «МАКСИЗ» была основана в 2011 году. Производственные цеха предприятия находятся в Москве и Туле. За счёт качества и подхода работы компания заняла лидирующие позиции среди отечественных и зарубежных производителей. Все эти годы компания продолжала свою деятельность и планомерное развитие, которое привело «МАКСИЗ» к стабильности даже в непростые времена. Сегодня ООО «МАКСИЗ» – аккредитованный член Ассоциации «СИЗ» и продолжает производить высококачественные средства индивидуальной защиты. В частности, именно эта компания разработала улучшенный тип одноразовых защитных комбинезонов под брендом RUMAX®. Компания является единственным частным сертифицированным предприятием в России, производящим защитные химические комбинезоны из отечественного сырья.

Особым её отличием от других производителей является подход к производству: сотрудники «МАКСИЗ» ведут последовательную работу в области исследования новых материалов и процессов, чтобы иметь возможность предлагать передовые решения в области индивидуальной защиты, отвечающие требованиям рынка к эффективной и надёжной защитной одежде. Это в первую очередь отражается на доверии партнёров и клиентов компании, ведь речь идёт именно о защите, халатность в этом вопросе недопустима.

Компания «МАКСИЗ» быстро стала амбициозным, а главное, эффективным поставщиком СИЗ для самых разных отраслей: от предприятий химической промышленности до медицинских учреждений. Необходимость такой компании с высокой производительностью, как «МАКСИЗ», особенно сильно ощутила отрасль здравоохранения в ковидные годы: респираторы, одноразовые перчатки, лицевые экраны, санитайзеры – всё это можно было приобрести в полном объёме у нашего отечественного производителя. За несколько лет компания расширила

ассортимент выпускаемой продукции, и сейчас ООО «МАКСИЗ» производит шесть типов комбинезонов под маркировкой INVICTA: Rumax (тип 5-6), Rumax CS (тип 5-6), Rumax Med (тип 5-6), Rugard (тип 6), Rumax Chem (тип 3-4), Rumax Chem PRO (тип 3-4). И если в прошлом году объём выпуска продукции составлял 100 тыс. изделий ежемесячно, то в этом, 2023 году – 200 тыс. изделий в месяц.

«МАКСИЗ» осуществляет реализацию своей продукции через таких дистрибьюторов на рынке, как «Восток-Сервис», «Техноавиа», «Энергоконтракт», «Алватекс».

СРЕДСТВА ИНДИВИДУАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ (СИЗ) ЯВЛЯЮТСЯ НЕОТЪЕМЛЕМОЙ ЧАСТЬЮ РАБОТЫ ЛЮБОЙ СОВРЕМЕННОЙ КОМПАНИИ, УДЕЛЯЮЩЕЙ ДОЛЖНОЕ ВНИМАНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ И ЗДОРОВЬЮ ПЕРСОНАЛА. ВАРЬИРУЯСЬ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ПРИМЕНЕНИЕ СИЗ ОСТАЁТСЯ ОДНИМ ИЗ НАИБОЛЕЕ НАДЁЖНЫХ СПОСОБОВ ЗАЩИТЫ РАБОТНИКА ОТ ВОЗДЕЙСТВИЯ НЕГАТИВНЫХ ФАКТОРОВ НА ПРОИЗВОДСТВЕ. СТОИТ ПОМНИТЬ, ЧТО ЗАЩИТА ЗДОРОВЬЯ ПЕРСОНАЛА ЛЕЖИТ В ОСНОВЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ РОССИИ В ОБЛАСТИ ОХРАНЫ ТРУДА. ОНА ОБЕСПЕЧИВАЕТСЯ БЛАГОДАРЯ ВНЕДРЕНИЮ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМИ РИСКАМИ НА РАБОЧИХ МЕСТАХ И ВОВЛЕЧЕНИЮ В УПРАВЛЕНИЕ ЭТИМИ РИСКАМИ ГОСУДАРСТВА, РУКОВОДИТЕЛЕЙ КОМПАНИЙ И НЕПОСРЕДСТВЕННО РАБОТНИКОВ.

Среди основных заказчиков компании: ПАО «Роснефть», ПАО «Газпром нефть», АО «РКЦ «Прогресс», ПАО «ФОСАГРО», «ОСК групп», «ОВК групп», Федеральное медико-биологическое агентство России.

«Ещё в 2022 году компания предложила эксклюзивные защитные изделия на международной выставке «Безопасность и охрана труда – 2022» («БИОТ-2022»). Это стало идеальным импульсом для многих компаний, в первую очередь российских, к сотрудничеству с нами – как с отечественным производителем, готовым предложить самую современную и высокотехнологичную спецодежду и средства индивидуальной защиты. Контроль качества лежит в основе производства всех изделий нашей компании. Это подразумевает повышенное внимание к конструктивной части, дизайну и выбору материалов и производственных процессов при изготовлении защитной одежды. На выставке «БИОТ-2022» «МАКСИЗ» представила уникальную инновационную разработку в сфере химической защиты – комбинезоны RUMAX CHEM, соответствующие 3 и 4-му типам защиты. По своим защитным свойствам наши изделия во многом превосходят зарубежные аналоги, что подтверждено многочисленными испытаниями», – рассказал генеральный директор Алексей Андреевич Максимов.

Изделия СИЗ обязательно должны удовлетворять множеству требований существующих стандартов безопасности, техническому регламенту, техническим и корпоративным стандартам предприятий. При этом СИЗ должны быть комфортными и качественными. Компания «МАКСИЗ» стремится создавать и выпускать изде-

лия из высокотехнологичных и инновационных материалов для надлежащего обеспечения работников промышленных предприятий, области здравоохранения и лабораторных исследований. Все руководители предприятий знают, что средства индивидуальной защиты (СИЗ) являются неотъемлемой частью работы любой современной компании, уделяющей должное внимание безопасности и здоровью персонала. Естественно, варианты такой защиты варьируются в зависимости от вида профессиональной деятельности. Применение СИЗ необходимо и остаётся важнейшим соблюдением правил безопасности на рабочем месте, защищая работников от воздействия негативных факторов на производстве.

«С уходом западных компаний с российского рынка ООО «МАКСИЗ» полностью закрывает потребности заказчиков, при этом стоит учесть, что поставка сырья и пошив исключительно отечественные, у нас – полное импортозамещение. Наша продукция не просто востребована, сейчас наблюдается рост спроса на неё по всем отраслям. Помните, мы – отечественный производитель, а это означает: обеспечиваем поставки любых объёмов без задержек, независимость от курса валют, а главное – долгосрочные уважительные отношения с клиентами и партнёрами», – прокомментировал генеральный директор ООО «МАКСИЗ» Алексей Андреевич Максимов.

Важное значение для эффективного управления рисками имеет переход на новые международные стандарты, учитывающие многолетний мировой опыт. Это способствует проведению более точной оценки всех возможных рисков на рабочем месте и позволяет осуществлять правильный выбор средств индивидуальной защиты с необходимыми характеристиками. Сегодня как на международном, так и на российском рынке представлено множество различных видов СИЗ, каждый из которых направлен на предотвращение определённых рисков для жизни и здоровья сотрудников: газов, паров, аэрозолей, электричества, едких жидкостей и пр. Одни средства защищают кожные покровы, другие – органы дыхания, третьи – ноги и т. д. Среди самых необходимых СИЗ на любом производстве – спецодежда. Она призвана защищать работника как от общих производственных загрязнений (ОПЗ) и механических воздействий, так и от более серьёзных рисков, несущих опасность для жизни: химических веществ, накоплений на одежде электростатических зарядов, воздействия высоких и низких температур и др. Например, сотрудникам, чья работа сопряжена с риском воздействия дождей, туманов и росы, требуется спецодежда, способная защищать от влаги и при этом позволяющая телу дышать. Она также должна иметь удобную и функ-



циональную конструкцию, то есть быть комфортной для человека, работающего в неблагоприятных погодных условиях. Так, СИЗ для работников нефтегазовой отрасли, в зависимости от условий работы определённых специалистов, могут изготавливаться из огнестойких материалов, иметь антистатические свойства, отталкивать масляные загрязнения, быть нефтенепроницаемыми и при работе зимой быть достаточно тёплыми (поскольку зачастую она проходит на открытом воздухе в суровом климате). При неправильном подбо-

ре спецодежды безопасность работника оказывается под угрозой. Сегодня среди потребностей рынка охраны труда – выявление заранее опасностей, которые могут привести хотя бы к минимальной угрозе жизни и здоровью человека, и обеспечение сотрудников эффективными и качественными средствами индивидуальной защиты.

«Современные подходы компании «МАКСИЗ» к производству помогают минимизировать риски: в частности, это касается лабораторных исследований, работы в «красных» зонах здравоохранения. Наши инновационные изделия – это виды средств защиты, которые удовлетворяют сегодняшние запросы рынка безопасности. Цель у каждой компании одна: получить удобные изделия с высокими защитными свойствами, в которых можно безопасно и комфортно работать весь гарантийный срок службы. Всем этим требованиям соответствуют изделия «МАКСИЗ»: качество разработок и инноваций, усовершенствование физико-технических характеристик и дополнительных защитных свойств, разработка новых конструктивных решений», – рассказал наш главный спикер.



ПРИ ПОДБОРЕ СИЗ СОТРУДНИКИ КОМПАНИИ УЧИТЫВАЮТ МНОЖЕСТВО ЗАДАЧ: ХИМИКАТЫ, С КОТОРЫМИ ВЗАИМОДЕЙСТВУЕТ РАБОТНИК, УРОВЕНЬ ОПАСНОСТИ, ЛЁГКУЮ ВОСПЛАМЕНЯЕМОСТЬ СРЕДЫ, КОНТАКТНЫЙ УРОВЕНЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ОДЕЖДОЙ, ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ОПАСНОСТЬЮ, ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ДЛЯ УДОБСТВА СОТРУДНИКА (КАРМАНЫ, ПЕТЛИ, ВЫШИТЫЙ НОСОК И Т. Д.). У РАЗНЫХ КОМПАНИЙ СВОИ ЗАДАЧИ НА ПРОИЗВОДСТВЕ: У «МАКСИЗ» – ПОДОБРАТЬ ИДЕАЛЬНЫЙ КОМПЛЕКТ СИЗ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ КАЖДОГО КЛИЕНТА.



MAKSIZ:

“THE PERFECT PROTECTION JUST FOR YOU”

The company MAKSIZ was founded in 2011. Its production workshops are located in Moscow and Tula. Due to the quality and approach of the work the company has taken a leading position among domestic and foreign manufacturers. All these years the company has continued its activity and systematic development that has led MAKSIZ to stability even in difficult times. Today, MAKSIZ LLC is an accredited member of the PPE Association and continues to produce high-quality personal protective equipment. In particular, it was this company that developed an improved type of disposable protective overalls under the RUMAX® brand. The company is the only privately certified enterprise in Russia producing protective chemical overalls from domestic raw materials.

Its special difference from other manufacturers is their approach to production: the employees of MAKSIZ conduct consistent work in the research of new materials and processes in order to be able to offer advanced solutions in the field of individual protection that meet the market requirements for effective and reliable protective clothing. This first and foremost affects the trust of the company's partners and customers, because it is a question of protection, and negligence in this matter is unacceptable.

PERSONAL PROTECTIVE EQUIPMENT (PPE) IS AN INTEGRAL PART OF ANY MODERN COMPANY, PAYING DUE ATTENTION TO SAFETY AND HEALTH OF PERSONNEL. VARYING DEPENDING ON THE TYPE OF PROFESSIONAL ACTIVITY, THE USE OF PPE REMAINS ONE OF THE MOST RELIABLE WAYS TO PROTECT AN EMPLOYEE FROM THE EFFECTS OF NEGATIVE FACTORS AT WORK. IT IS WORTH REMEMBERING THAT THE PROTECTION OF PERSONNEL HEALTH IS AT THE HEART OF RUSSIA'S STATE POLICY IN THE FIELD OF OCCUPATIONAL SAFETY. IT IS ENSURED THROUGH THE INTRODUCTION OF A PROFESSIONAL RISK MANAGEMENT SYSTEM IN THE WORKPLACE AND THE INVOLVEMENT OF THE STATE, COMPANY MANAGERS AND EMPLOYEES THEMSELVES IN MANAGING THESE RISKS.

The company MAKSIZ has quickly become an ambitious and, most importantly, an effective supplier of PPE for a variety of

industries: from the chemical industry to medical institutions. The necessity of such company with high production ca-

capacity as MAKSIZ was especially strongly felt by the healthcare industry in the covid years: respirators, disposable gloves, face shields, sanitizers – all this could be purchased in full from our domestic manufacturer. For several years, the company has expanded its range of products, and now MAKSIZ manufactures six types of overalls under INVICTA brand name: Rumax (type 5-6), Rumax CS (type 5-6), Rumax Med (type 5-6), Rugard (type 6), Rumax Chem (type 3-4), Rumax Chem PRO (type 3-4). And if last year the volume of output was 100,000 items per month, then this year, 2023, it will be 200,000 items per month.

MAKSIZ sells its products through such significant distributors on the market as Vostok Service, Technoavia, Energocontract, Alvatex.

Among the main customers of the company are PJSC Rosneft, PJSC Gazprom Neft, JSC RSC Progress, PJSC FOSAGRO, OSK Group, OVK-Group, Federal Medical and Biological Agency of Russia.

Back in 2022, the company offered exclusive protective products at the International Exhibition Safety and Labor Protection-2022 (BIOT-2022). This has become an ideal impetus for many companies, primarily Russian ones, to cooperate with us, as a domestic manufacturer, ready to offer the most modern and high-tech overalls and personal protective equipment. Quality control is at the heart of the production of all our products. This implies increased attention to the construction, design and choice of materials and manufacturing processes in the manufacture of protective clothing. At the BIOT-2022 exhibition, MAKSIZ presented a unique innovative development in the field of chemical protection – RUMAX CHEM overalls corresponding to types 3 and 4 of protection. In terms of their protective properties, our products are in many respects superior to foreign counterparts, which is confirmed by numerous tests, said General Director Alexey Andreevich Maksimov.



– Our PPE products must meet a lot of requirements of existing safety standards, technical regulations, technical conditions and corporate standards of enterprises. At the same time PPE should be comfortable and of high quality. The company MAKSIZ aspires to create and produce products from high-tech and in-

novative materials for the proper provision of workers of industrial enterprises, health care and laboratory research. All company managers know that personal protective equipment (PPE) is an integral part of any modern company that pays proper attention to the safety and health of staff. Naturally, the options for such protection vary depending on the type of professional activity. The use of PPE is and remains essential to comply with workplace safety rules, protecting workers from exposure to negative factors at work.

“With the departure of Western companies from the Russian market MAKSIZ LLC completely covers the needs of customers, while it is worth considering that the supply of raw materials and tailoring are exclusively domestic, we have full import substitution. Our products are not just in demand, now there is an increase in demand for them in all industries. Remember, we are a domestic manufacturer, which means: we provide deliveries of any volume without delay, independence from the exchange rate, and most importantly – long-term respectful relationships with customers and partners,” commented the general director of MAKSIZ Alexey Andreevich Maksimov.

The transition to new international standards that take into account many years of international experience is important for effective risk management. This contributes to a more accurate assessment of all possible risks in the workplace and allows you to make the right choice of personal protective equipment with the necessary characteristics. Today, both on the international and on the Russian market, there are many different types of PPE, each of which is aimed at preventing certain risks to the life and health of employees: gases, vapors, aerosols, electricity, caustic liquids, etc. Some products protect the skin, others protect respiratory organs, others protect legs, etc. Among the most necessary PPE in any production is workwear. It is designed to protect the employee from both general industrial pollution and mechanical influences, as well as from more serious risks that pose a danger to life: chemicals, accumulations of electrostatic charges on clothing, exposure to high and low temperatures, etc. For example, employees whose work involves the risk of exposure to rains, fogs and dew require workwear that can protect from moisture and at the same time allow the body to breathe. It should also have a convenient and functional design, that is, be comfortable for a person working in adverse weather conditions. So, PPE for oil and gas industry workers, depending on the working conditions of certain specialists, can be made of fire-resistant materials, have antistatic properties, repel oil pollution, be oil-



proof and, when working in winter, be warm enough (since it often takes place outdoors in a harsh climate). With the wrong selection of workwear, the safety of the employee is at risk. Today, among the needs of the labor protection market is the identification in advance of hazards that can lead to at least a minimal threat to human life and health, and providing employees with effective and high-quality personal protective equipment.

“MAKSIZ’s modern approaches to production help minimize risks, in particular, this applies to laboratory research, work in health care red zones. Our innovative products are the types of protection that meet today’s security market needs. Each company has the same goal: to obtain comfortable products with high protective properties, in which it is possible to work safely and comfortably throughout the entire warranty period. All these requirements are met by MAKSIZ products: the quality of development and innovation, improvement of physical and technical characteristics and additional protective properties, development of new design solutions,” said our main speaker.

WHEN SELECTING PPE, COMPANY EMPLOYEES TAKE INTO ACCOUNT MANY TASKS: CHEMICALS WITH WHICH THE EMPLOYEE INTERACTS, THE LEVEL OF DANGER, THE EASY FLAMMABILITY OF THE ENVIRONMENT, THE CONTACT LEVEL OF INTERACTION WITH CLOTHING, THE DURATION OF INTERACTION WITH THE DANGER, ADDITIONAL ELEMENTS FOR EMPLOYEE CONVENIENCE (POCKETS, LOOPS, EMBROIDERED SOCKS, ETC.). DIFFERENT COMPANIES HAVE DIFFERENT TASKS IN PRODUCTION, MAKSIZ HAS TO CHOOSE THE PERFECT SET OF PPE FOR THE EMPLOYEES OF EACH CLIENT.



«ИмпортМаш»:

СООТВЕТСТВУЯ АКТУАЛЬНЫМ
ТРЕБОВАНИЯМ РЫНКА

«ИмпортМаш» работает на рынке швейного оборудования второе десятилетие и является крупнейшим поставщиком промышленных швейных машин. Компания предлагает качественную технику из Китая, в её ассортименте – широкий спектр моделей современного оборудования от надёжных, проверенных производителей. Поставленная продукция «ИмпортМаш» успешно эксплуатируется на многочисленных предприятиях нашей страны. «ИмпортМаш» осуществляет поставку в любую точку РФ и за рубеж. Особое внимание компания уделяет техническому подбору текстильного оборудования, ведь, как правило, именно грамотный технический подбор является залогом долговечной и бесперебойной эксплуатации. Благодаря высокому уровню качества поставляемой продукции и послепродажного обслуживания компания смогла заслужить доверие свыше сотни покупателей, большинство из которых стали её постоянными клиентами. Несмотря на кризис и любые другие трудности в экономике страны, она продолжает уверенно двигаться вперёд. Подробнее об этом мы побеседовали с генеральным директором компании Вадимом Ройченко.

– Ваша компания занимается поставками современных промышленных машин для текстильной промышленности. Расскажите подробнее о том, как давно она на российском рынке и кто ваши основные потребители?

– В этом году компании «ИмпортМаш» исполняется 11 лет, но поставками текстильного оборудования мы занимаемся уже более 14 лет. За это время мы сумели наладить продажи и развить доверительные отношения не только в России, но и в странах Евразийского экономического союза. С нами работают производители широкого спектра текстильных изделий, будь то постельные принадлежности, одежда, обувь, мягкая мебель и многое другое. Своим ассортиментом мы стараемся охватить как можно большую часть производственных операций: от стёжки и вышивки до прочёса волокна и набивки изделий синтетическими и натуральными наполнителями, а также переработки текстильных отходов.

– Несмотря на нынешние трудности в перевозках, ваша компания одна из немногих в России, кто стабильно работает с иностранными поставщиками из Китая. Спрос на оборудование остался прежним? Тяжело ли преодолевать сложности, возникшие в связи с санкциями?

– Да, сейчас в международных перевозках появились некоторые нюансы, но их нельзя назвать непреодолимыми трудностями. Благодаря нашему многолетнему опыту мы смогли справиться с препонами и сохранить стабильность поставок оборудования. Спрос внутри России по большей части сохранился, а по некоторым позициям нашего ассортимента значительно увеличился. В основном это касается стегальных и набивочных машин, используемых для производства одежды и предметов гардероба и мебели.

Кроме того, в нашем случае стабильному увеличению спроса способствуют наша гибкая ценовая политика и нацеленность на долгосрочное партнёрство, а не на разовую продажу оборудования.

– В вашем ассортименте большой выбор проверенного промышленного оборудования. По каким критериям происходит отбор поставщиков? Каким образом организовано обслуживание машин?

– Наш ассортимент оборудования сформирован проверенными машинами от хорошо зарекомендовавших себя производителей. В первую очередь наши поставщики, как и мы сами, должны быть готовы к постоянной поддержке своего оборудования, будь то консультации конечных механиков или операторов или поставки запасных частей и обновление программного обеспечения. Конечно же, подбор производителей и конкретных моделей – небыстрый процесс; не последнюю роль в нём играют личные знакомства с руководством компаний, ознакомление с их производственной базой и возможность обучения нашего персонала непосредственно на площадках изготовителей.

Со своей стороны, мы предоставляем нашим покупателям соответствующие условия гарантии, сборку и пусконаладку оборудования на территории покупателя, консультации представителей покупателей онлайн или с выездом на объект, а также постоянно пополняемую базу запасных частей в наличии или под заказ в максимально сжатые сроки.

– Каковы отличительные особенности у поставляемого вами оборудования?

– Мы стараемся поставлять максимально технологичные, отказоустойчивые машины, которые были бы легки в освоении, обслуживании и ремонте. Надо понимать, что не всегда это возможно одновременно, но мы стремимся к этому и того же требуем от наших поставщиков.

Не последнее место занимает обязательное постоянное развитие оснащения и характеристик машин для их соответствия актуальным требованиям рынка, а иногда и для их опережения.

– Какое оборудование пользуется наибольшей популярностью?

YBD166 – многоигольная стегально-вышивальная машина последнего поколения

– Сложно выделить наиболее востребованное оборудование, так как на спрос в этой области влияют и сезонность, и география расположения клиентов, и даже крупные точечные всплески по госзаказам или по различным программам господдержки. Так или иначе, все наши машины пользуются стабильным спросом.

– Как вы работаете над увеличением географии продаж?

– В первую очередь этому способствуют различные региональные, национальные и международные выставки, в которых мы постоянно принимаем участие. Кроме того, мы применяем максимально возможный спектр инструментов маркетинга: от печатных публикаций до средств интернет-маркетинга. Ну и конечно, достаточно большой приток покупателей формируется благодаря рекомендациям и здоровой конкуренции, так как участники текстильного рынка довольно плотно общаются между собой и всегда интересуются новинками.

– Поделитесь планами компании на ближайшую перспективу.

– В наших планах на обозримое будущее – конечно же, дальнейшее планомерное расширение географии поставок, а также наращивание ассортимента и объёма запасных частей в наличии. Учитывая особенности нынешних поставок в Россию, именно максимально быстрое сервисное обслуживание оборудования и его ремонт станут залогом доверия покупателей. Кроме того, мы рассматриваем планы по увеличению разнообразия сфер применения наших машин с перекрытием потребностей в области производства одежды, мебели и в других сферах, смежных с текстильной промышленностью.

Подготовила Эльвина Аптреева



*KNH-1M2B-RM-H - набивочная
машина для одежды для
натурального и искусственного меха*



ImportMash: MATCHING THE CURRENT MARKET DEMANDS

ImportMash operates in the sewing equipment market for the second decade and is the largest supplier of industrial sewing machines. The company offers high-quality machinery from China, in its range – a wide range of models of modern equipment from reliable, trusted manufacturers. ImportMash products are successfully used at numerous enterprises of our country. ImportMash delivers to any place in Russia and abroad. We pay special attention to the technical selection of textile machinery, because, as a rule, the proper technical selection is the key to long-term and trouble-free operation. Due to the high quality of products and after-sales service the company was able to earn the trust of over a hundred customers, most of whom have become its regular customers. Despite the crisis and any other difficulties in the economy of the country, it continues to move forward confidently. We talked to the general director of the company, Vadim Roychenko, about it in more details.

– **Your company is engaged in supplying modern industrial machines for textile industry. Tell us more about how long has it been in the Russian market and who are your main customers?**

– This year ImportMash is 11 years old, but we have been supplying textile machines for 14 years. During 14 years we have managed to establish the sales and develop confidential relations not only in Russia, but also in the countries of Eurasian Economic Union. Manufacturers of a wide range of textile products such as bedding, clothing, footwear, upholstered furniture and much more work with us. We try to cover the biggest part of production operations with our assortment: from stitching and embroidery to combing fiber and stuffing with synthetic and natural fillers, as well as recycling of textile waste.

– **Despite the current difficulties in transportation, your company is one of those that work steadily with foreign suppliers from China. Has the demand for equipment remained the same? Is it difficult to overcome the difficulties arising from the sanctions?**

– Yes, there are some nuances in international transportation now, but they cannot be called insurmountable difficulties. Due to our long-term experience, we were able to cope with the obstacles and maintain the stability of the supply of equipment. The demand inside Russia for the most part remained the same, and for some items of our assortment increased significantly. This mainly concerns quilting and filling machines used for the production of clothing and closet items and furniture.

In addition, our flexible pricing policy and focus on long-term partnerships rather than

one-time sales of equipment contributes to the steady increase in demand.

– **You have a large selection of proven industrial equipment in your range. What are the criteria for selecting suppliers? How is the maintenance of machines organized?**

– Our range of equipment is formed by proven machines from well-established manufacturers. First of all, our suppliers, like ourselves, have to be prepared for continuous support of their equipment, be it consultations of end mechanics or operators or deliveries of spare parts and software updates. Of course, selecting manufacturers and specific models is not a quick process, and personal acquaintance with the companies' management, getting acquainted with their production facilities and the possibility of training our staff directly at the manufacturer's sites play a role in it.

On our side, we offer our buyers appropriate warranty conditions, equipment assembly and commissioning at the buyer's premises, online or on-site consultations with customer representatives, and a constantly updated database of spare parts available or on order, in the shortest possible time.

– **What are the distinctive features of the equipment you supply?**

– We try to supply the most technologically advanced, fail-safe machines that would be easy to master, maintain and repair. You have to understand that it is not always possible at the same time, but we strive for it and demand the same from our suppliers.

Not the least of these is the mandatory continuous development of the equipment and characteristics of machines to meet the

current market requirements and sometimes to be ahead of them.

– **Which equipment is the most popular?**

– It's hard to single out the most popular equipment, because demand in this area is influenced by seasonality, geography of customers, and even large spot bursts of state orders or various state support programs. In any case, all of our machines are in stable demand.

– **How do you work on increasing the geography of sales?**

– First of all, various regional, national and international exhibitions, in which we constantly participate, contribute to this. In addition, we use the widest possible range of marketing tools from printed publications to Internet marketing tools. And, of course, a large inflow of customers is formed by recommendations and healthy competition, as participants of the textile market communicate with each other quite closely and are always interested in innovations.

– **Tell us about the company's plans for the near future.**

– Our plans for the future, of course, include further systematic expansion of the geography of supply, as well as increasing the range and volume of spare parts in stock. Considering the peculiarities of the present supplies to Russia, the fastest possible service and repair of the equipment will be the guarantee of the customer's confidence. Besides, we consider our plans on diversification of the fields of application of our machines with covering the needs in clothes production, furniture and other spheres connected with textile industry.

Prepared by Elvina Aptreeva

DS-02 – одноигольная стебельная машина начального уровня





Анатолий Кутняков: «МЫ ПОСТАВИЛИ ЦЕЛЬ – СТАТЬ ПРОИЗВОДИТЕЛЕМ МЕМБРАННЫХ ТКАНЕЙ №1 НА РЫНКЕ РОССИИ И СТРАН СНГ!»

– На сегодняшний день Mercury является одним из лидеров в области производства многослойных и мембранных материалов. Давно ли компания начала разрабатывать данное направление? Почему было выбрано именно оно?

– Мембранные ткани на сегодняшний день в России всё ещё не получили широкого распространения для массового потребителя, но при этом уже показали свою незаменимость в одежде outdoor и всё более активно используются при производстве специальной одежды, обуви и других изделий. Одежда из мембранной ткани обладает такими свойствами, как ветрозащита, защита от осадков, но при этом, в отличие от водозащитных тканей со специализированным покрытием, одежда из

мембранных материалов пропускает пары влаги, позволяя телу «дышать», сохраняя комфортные условия при носке, откуда и распространённое название «дышащая ткань».

ГК «Меркурий» основана в 2010 году и изначально была ориентирована на производство печати по ткани для охоты, рыбалки, туризма и городской одежды. Дополнительно было приобретено оборудование для нанесения мембран, поскольку одежда для активной жизни изготавливается из тканей с мембранами.

В настоящее время «Меркурий» представляет собой производственно-торговую компанию, куда входят студия дизайна, научно-исследовательская лаборатория и два блока производства, один из которых

Мембранная ткань – новинка на рынке современной одежды. Преимущества одежды из неё очевидны: она сохраняет тепло, выдерживает дождь, долго служит и не требует сложного ухода. Мембранная одежда из исключительно спортивной или туристической постепенно перешла в повседневное использование. Многим она уже заменила объёмные зимние пуховики. Нишу в области технологий производства мембранных тканей на российском рынке заняла компания Mercury, входящая в топ лидирующих производителей данной отрасли. Подробнее о многообразии инновационных тканей и завоевании российского рынка рассказал генеральный директор компании Анатолий Кутняков.

включает в себя печать по ткани по уникальной технологии методом сублимации с использованием бумаги и нанесением рисунка с помощью валов. Это позволяет достичь высокой точности печати при скорости 2000 метров в час. Второй блок предполагает дублирование и нанесение мембран в два, три, четыре, пять слоёв, в зависимости от технического задания заказчика.

В работе компании при создании инновационных материалов под конкретные задачи используется принцип «лего». Он позволяет создавать материалы с учётом пожеланий клиента. На основе технического задания сотрудники приступают к разработке вариантов различных соединений материалов, отвечающих требованиям заказчика и обладающих уникальными свойствами. Например, берётся любой вариант ткани верха, независимо от состава, плотности, плетения, на него наносится любая мембрана и защищается следующим слоем: флисом, сеткой и т. д., в зависимости от технического задания. После утверждения слоёв они склеиваются и тестируются в лаборатории. При достижении изначально заявленных показателей выпускается опытная партия, и если всё удачно – согласуется основная.

Мы выпускаем ткани на основе мембран собственного производства MERCURYTEX и английских мембран фирмы PORELLE. По своим характеристикам эти мембраны абсолютно разные. Они не замещают, а дополняют друг друга.

– Какова производственная мощность вашего предприятия?

– На сегодняшний день ГК «Меркурий» выпускает 400 000 п. м./месяц мембранной ткани для удовлетворения текущего

спроса покупателей. Потенциал предприятия позволяет увеличить объем выпускаемой продукции до 900 000 п. м./месяц. На производстве разработан перечень из 300 артикулов мембранной ткани. В ассортимент включены огнестойкие мембраны, не поддерживающие горения, предприятие разработало огнестойкий клеевой состав, с применением которого возможно создание огнестойких мембранных тканей в зависимости от внешнего слоя, в соответствии с требованиями ГОСТов.

– На базе предприятия у вас есть собственная лаборатория, где проводятся различные испытания мембранных материалов и создаются новинки продукции. Расскажите подробнее о научно-исследовательской деятельности компании.

– На предприятии большое внимание уделяется разработкам новых инновационных материалов под конкретные задачи, освоению современных методов производства и его экологичности, а также возможности переработки конечных изделий. На счету группы компаний – несколько патентов на технологии производств. «Меркурий» тесно сотрудничает с ведущими российскими вузами. В нашем штате – высококвалифицированные специалисты, в том числе имеющие научные степени. В настоящий момент проводятся работы по изучению изменения значений паропроницаемости, водоупорности от применяемых основ, клеевого состава, технологии.

За период с 2019-го по июнь 2022 года компанией разработано более 20 единиц инновационной продукции.

– Ваша компания отличается уникальными запатентованными технологиями в производстве. Так, вами была разработана мембранная ткань MERCURYTEX. Расскажите о её свойствах.

– Технология компании «Меркурий» GLUE AIR WEB (патент RU 2 712 318 «Способ и система дублирования тканей») уникальна.

Её суть заключается в том, что к каждому материалу подбирается уникальный клеевой состав из двух полиуретановых компонентов, одного шователя и различных добавок. Это позволяет разрабатывать и создавать мембранные ткани с различными специальными свойствами, такими как огнестойкость, морозостойкость, нефтестойкость, антистатика и их сочетание между собой. Далее регулируются вязкость клея, скорость засыхания, изготавливаются образцы ткани, выпускается опытная партия. Только после получения положительного заключения данный клеевой состав вносится в технологию производства, начинается выпуск всех партий нового артикула согласно новой технологии. Это позволяет контролировать качество склеивания на каждом этапе.



Сочетание в одном материале специальных свойств – водоупорности и паропроницаемости – открывает новые горизонты применения таких материалов в различных климатических условиях. А принцип подхода в компании к разработке многослойных мембранных материалов, заключающийся в многоэтапности разработки, начиная от подготовки и проработки технического задания, изготовления образцов, тщательного подбора основ, мембраны, индивидуальной разработки клеевого состава и оценки соответствия физико-механических показателей до утверждения промышленного образца, позволяет решать индивидуальные задачи конкретного потребителя.

– 2L-, 3L-слойные конструкции... Как не запутаться во всём разнообразии существующей мембранной одежды? Все ли типы мембранных материалов есть в вашем ассортименте?

– Выбор количества слоёв определяется сферой использования. К каждому заказчику мы прикрепляем руководителя проектов, формирующего команду для выполнения пожеланий клиента. Опытные специалисты помогут определиться с количеством слоёв продукта. Первый слой, как правило, отвечает за внешний вид, тактильные ощущения, прочность и вес ткани. Второй – за функционал и «правильную» работу нашей продукции. Для некоторых тканей это заключительный слой. Третий слой является обязательным для таких

тканей, как WindBlock, SoftShell, HardShell и др. Это может быть мягкий слой флиса, приятный трикотаж или защитная сетка.

Некоторые ткани производятся из двух слоёв (1 и 3-й слой), минуя функциональный слой мембраны (2-й слой). Это актуально тогда, когда не требуется ветро- и влагозащитная функция, а изделия планируется использовать в сухую погоду или в помещении.

– Где вы закупаете сырьё? Насколько пострадала компания от последних санкций? Каковы её перспективы в направлении импортозамещения?

– На российском рынке мембранные ткани представлены в основном зарубежными производителями, поэтому выпускаемая компанией продукция по своей сути является импортозамещающей, а дальнейшее расширение данного вида производства будет способствовать независимости отечественных предприятий от импорта. И это, безусловно, наш шанс проявить себя.

Поставщиками нашего сырья выступают страны Азии и Турция. Из-за сложившейся геополитической ситуации мы столкнулись с проблемами в области логистики: многие компании отказались работать с Россией. Выросла себестоимость готового продукта из-за подорожания сырья.

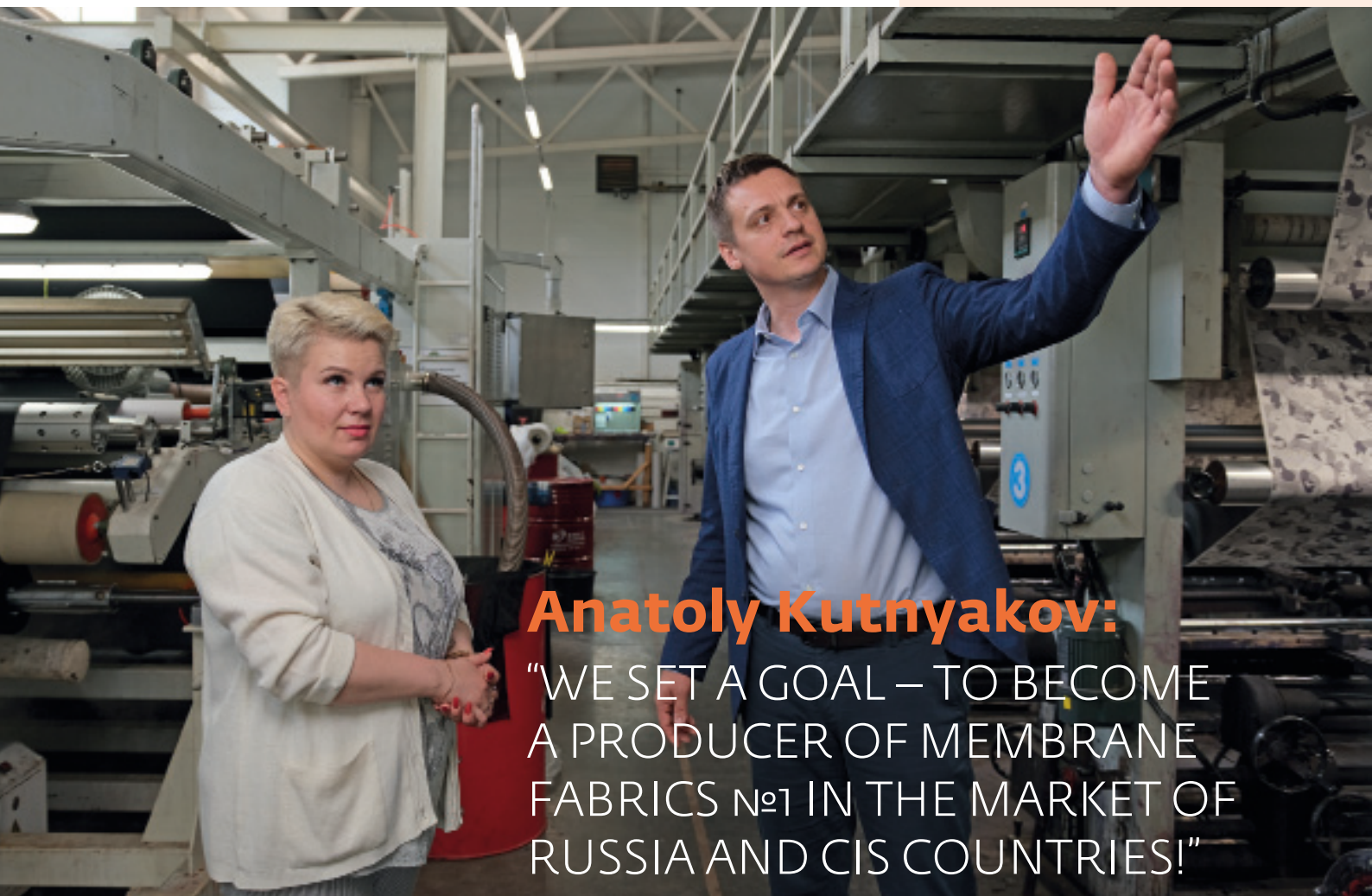
Благодаря заранее созданному запасу мы смогли спокойно отработать переходный период в поисках альтернативных методов доставки сырья и вернуться к привычному ритму.

– Какие ещё уникальные новинки вы представите в скором времени на российском рынке? Каковы ближайшие и перспективные планы компании?

– Наш главный вектор – не останавливаться на достигнутом и не сбавлять оборотов. Мы поставили цель – стать производителем мембранных тканей № 1 на рынке России и стран СНГ. Также, конечно, планируем продолжать выпускать качественную мембранную ткань. В ближайшей перспективе хотим выпустить новую продуктовую линейку, которая сможет заменить продукцию зарубежного лидера продаж.

Подготовила Эльвина Аптреева





Anatoly Kutnyakov:

“WE SET A GOAL – TO BECOME A PRODUCER OF MEMBRANE FABRICS №1 IN THE MARKET OF RUSSIA AND CIS COUNTRIES!”

Membrane fabric is a new product on the modern clothing market. Its advantages are obvious: it keeps warmth, withstands rain, lasts a long time and does not require complicated care. Membrane clothes of purely sport or tourist gradually moved into everyday use. Many people have already replaced the bulk of winter down jackets. The niche in the field of membrane fabric technology on the Russian market was taken by the company Mercury, one of the top manufacturers in the industry. More about the variety of innovative fabrics and the conquest of the Russian market told the general director of the company Anatoly Kutnyakov.

– To date, Mercury is one of the leaders in the production of multilayer and membrane materials. How long has the company started to develop this area? Why was it chosen?

– Membrane fabrics for today in Russia are still not widespread for the mass consumer, but have already shown their indispensability in outdoor clothing and are increasingly used in the manufacture of special clothes, shoes and other products. Clothing made of membrane fabric has properties such as windproof, rain protection, but in contrast to the waterproof fabrics with a specialized coating, clothing made of membrane materials passes the moisture vapor, allowing the body to breathe, keeping comfortable conditions when you wear it, which is why the popular name “breathable” fabric.

GC Mercury was founded in 2010 and originally focused on the production of printing on fabric for hunting, fishing, tourism and urban clothing. Additionally, equipment

for membrane application was purchased, because clothing for “active” life is made of fabrics with membranes.

At the present Mercury is a production and trade company, which includes a design studio, a scientific-research laboratory and two production blocks, one of which includes printing on fabric with the unique technology of sublimation using paper and drawing process with the help of rolls. This makes it possible to achieve high precision printing at a speed of 2,000 meters per hour. The second unit includes duplication and application of membranes in two, three, four, five layers, depending on customer specifications.

The company uses Lego principle to create innovative materials for specific tasks. It allows you to create materials based on the wishes of the customer. Based on the terms of reference, employees begin to develop options for different combinations of materials that meet customer

requirements and have unique properties. For example, takes any variant of fabric tops, regardless of composition, density, weave, applied to it any membrane and protected by the next layer – fleece, mesh, etc., depending on the technical specification. After the approval of the layers, they are glued and tested in the laboratory. If the initially stated values are achieved, a trial batch is produced, and if all is successful, the main batch is agreed upon.

We produce fabrics based on the membranes of our own production MERCURYTEX and English membranes by PORELLE. The characteristics of these membranes are completely different. They do not replace but complement each other.

– What is the production capacity of your company?

– Today the GC Mercury produces 400 000 l. m./month of membrane fabric to

meet the current demand of customers. The potential of the enterprise allows increasing the output up to 900 000 l.m/month. The list of 300 articles of the membrane fabric is developed. The assortment includes fire-resistant membranes that do not support combustion, the company has developed a fire-resistant adhesive composition, with the use of which it is possible to create fire-resistant membrane fabrics, depending on the outer layer, in accordance with the requirements of State Standards.

– You have your own laboratory where various tests of membrane materials are carried out and product innovations are created. Tell us more about the company's scientific and research activities.

– The company pays much attention to the development of new innovative materials for specific tasks, mastering of modern methods of production and its environmental friendliness, as well as the ability to recycle final products. To the account of the group of companies there are several patents for production technologies. Mercury closely cooperates with the leading Russian universities. We have highly qualified specialists on our staff, including people with science degrees. At the moment works on the study of change of values of water vapor permeability, water resistance from the used bases, adhesive composition and technology are being carried out.

During the period from 2019 to June 2022 the company has developed more than 20 units of innovative products.

– Your company is distinguished by unique and patented technologies in production. For example, you have developed a membrane fabric MercuryTex. Tell us about its properties.

– Mercury company's technology "GLUE AIR WEB" (Patent RU 2712 318 "Method and system of duplication of fabric") is unique.

Its essence lies in the fact that to each material is selected a unique adhesive composition of two polyurethane components, one stitcher and various additives. this allows to develop and create membrane fabrics with different special properties such as fire resistance, frost resistance, oil resistance, antistatic and their combination between each other. Further, the viscosity of the adhesive, the rate of drying are adjusted, fabric samples are made, and a pilot batch is produced. Only after receiving a positive conclusion this adhesive composition is introduced into production technology and production of all batches of a new article according to new technology begins. This allows you to control the quality of the bonding at each stage.

The combination of special properties in one material – water resistance and water vapor permeability opens up new opportunities for the use of such materials in different



climatic conditions. And the principle of the company's approach to the development of multilayer membrane materials, consisting in the multi-stage development, starting with the preparation and elaboration of Technical specifications, production of samples, a careful selection of bases, membranes and individual development of adhesive composition, and evaluation of compliance with physical and mechanical properties, to the approval of the industrial design, allows us to solve individual tasks of a particular consumer.

– 2L, 3L-layer construction... How not to get confused in all the variety of existing membrane clothing? Do you have all types of membrane materials in your range?

– The choice of the number of layers is determined by the area of use. For each customer we assign a project manager who forms a team to fulfill the customer's wishes. Experienced specialists will help determine the number of layers. The first layer is generally responsible for appearance, tactile feel, durability and weight of the fabric. The second layer is responsible for functionality and "proper" work of our products. For some fabrics, it is the final layer. The third layer is mandatory for fabrics such as WindBlock, SoftShell, HardShell, etc. It can be a soft fleece

layer, a pleasant knit or a protective mesh.

Some fabrics are made of two layers (1 and 3 layer), bypassing the functional layer of the membrane (2 layer). This is relevant when no wind and waterproof function is required, and the products are planned to be used in dry weather or indoors.

– Where do you buy raw materials? How much has the company suffered from the recent sanctions? What are its prospects in the direction of import substitution?

– In the Russian market membrane fabrics are mainly represented by foreign producers, so the company's products are inherently import-substituting, and further expansion of this type of production will contribute to the independence of domestic enterprises from imports. And this is certainly our chance to demonstrate ourselves.

Suppliers of our raw materials are Asian countries and Turkey. Due to the current geopolitical situation we have faced problems with logistics: many companies refused to work with Russia. The cost of the final product increased because of the rising price of raw materials.

Due to the pre-established stock we were able to calmly work through the transition period in search of alternative methods of delivering raw materials and return to the usual rhythm.

– What other unique novelties will you introduce to the Russian market in the near future? What are the company's nearest and long-term plans?

– Our main vector is not to stop at what we have achieved and not to give up. We have set the goal to become the manufacturer of membrane fabrics № 1 in the market of Russia and the CIS countries. Also, of course, we plan to continue to produce high-quality membrane fabric. In the short term we want to release a new product line, that will be able to replace the products of foreign leaders of sales.

Prepared by Elvina Aptreeva



Начиная с весны 2022 года экономика в России переживает серьёзную трансформацию, производство одежды не исключение. С уходом иностранных брендов спрос на вещи российских дизайнеров увеличивается, и Дом моды Ольги Сказкиной является тому ярким подтверждением! Производство не просто устояло в кризисной ситуации, но и активно расширяется. О том, как рождался бренд, о секретах его стойкости и верности выбранному стилю мы узнали от команды экспертов модного дома.

Дом моды Ольги СКАЗКИНОЙ:

**«ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ»
СТАЛО СЛОВОМ ГОДА ДЛЯ
РОССИЙСКОЙ ЛЁГКОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ!»**



иску альтернативных поставщиков тканей в 2022 году.

«Импортозамещение» стало словом года для российской лёгкой промышленности. Ведь основными препятствиями к взаимодействию с иностранными партнёрами сегодня по-прежнему являются логистика и высокая стоимость сырья. Именно по этим причинам мы обратили своё внимание на внутренний рынок. К счастью, в России достаточно количество производителей качественных натуральных тканей. Мы свой выбор уже сделали.

– Ваш переезд в новый швейный цех связан с расширением производства? Насколько выросла востребованность бренда за последние несколько месяцев?

– Начиная с марта спрос на одежду бренда стабильно растёт, что не может не радовать. Очень приятно, что покупатели доверились российскому производителю и возвращаются за повторными покупками.

Мы расширяем свой цех, так как, помимо частных, к нам поступает всё больше корпоративных заказов, для них требуются отдельная лаборатория и большие производственные мощности.

– Какие инструменты по продвижению линии одежды вы применяете?

– Самой лучшей рекламой для бренда всегда было сарафанное радио. Что касается маркетинговых стратегий, мы активно развиваем телеграм-канал (https://t.me/OS_brand) и взаимодействуем с блогерами.

– Что в ваших ближайших и стратегических планах?

– Мы стараемся развиваться в том направлении, которое удаётся наилучшим образом, а именно – в создании платьев и деловых костюмов. Расширение линейки входило в планы модного дома, но даже с учётом освободившейся ниши мы не станем торопиться. Для нас важно производить достойную продукцию с соблюдением стандартов качества бренда.

Беседовала Дарья Бакарина

– Расскажите об этапах становления бренда Ольги Сказкиной. Когда он был создан? Кто является его целевой аудиторией?

– Бренд существует с 2010 года. На первоначальном этапе проект представлял собой небольшое ателье, в котором Ольга Сказкина вручную создавала эксклюзивные платья из дорогостоящих тканей. В дальнейшем руководитель модной студии приняла решение расширить бизнес, увеличила модельный ряд производимой одежды и дополнила его повседневными вещами в неоклассическом стиле.

На протяжении всей истории бренд транслирует женственность. Его целевая аудитория – бизнес-леди, любящие сдержанный и деловой стиль в одежде. Бренд выступает за долгое ношение вещей, именно поэтому предлагает своим покупательницам безукоризненно сшитые модели, выполненные из натуральных тканей.

– Какие преимущественные черты бренда вы можете назвать? Какие модели являются его визитной карточкой?

– В отличие от конкурентов, мы не поддаёмся сиюминутным трендам, а ценим силуэты, которые давно стали самыми востребованными. Предметом особой гордости Дома моды Ольги Сказкиной является платье-футляр. Данная модель требует кропотливой работы и выверенного до мелочей лекала, что позволяет ей безупречно сидеть по фигуре и подчёркивать достоинства женщины. Именно за этим изделием к нам обращается большинство клиентов. Ещё одним популярным направлением бренда является создание модных капсул в деловом стиле, например, жакеты, брюки и юбки могут быть сшиты из одинаковой ткани, что даёт возможность комбинировать вещи между собой и ежедневно создавать новые образы.

– Нынешний год в корне перевернул экономическую ситуацию в России. Как Дом моды Ольги Сказкиной пережил события, связанные с экономическим кризисом?

– Ещё до событий текущего года, в самом начале пандемии 2020-го, команда Дома моды Ольги Сказкиной приняла, как оказалось, стратегически верное решение: осуществила масштабную закупку проверенных, любимых тканей и фурнитуры у зарубежных партнёров. Запас сырья позволил не останавливать производство в связи с нарастающими санкциями, а спокойно приступить к по-



**Для читателей RBG
скидка на всю коллекцию одежды
Ольги Сказкиной – 15%
по промокоду WEEKEND.**



Olga Skazkina's Fashion House:

"IMPORT SUBSTITUTION" HAS BECOME THE WORD OF THE YEAR FOR THE RUSSIAN LIGHT INDUSTRY!"

Since the spring of 2022, the economy in Russia is undergoing a major transformation, the clothing industry is not an exception. With the exit of foreign brands, the demand for clothes by Russian designers is increasing, and Olga Skazkina's House of Fashion is a vivid confirmation of that! Production has not only survived the crisis, but also is actively expanding. We found out about the birth of the brand, the secrets of its stability and loyalty to the chosen style from the experts of the fashion house.

– *Tell us about the stages of formation of Olga Skazkina brand. When was it created? Who is its target audience?*

– The brand has existed since 2010. Initially the project was a small atelier, where Olga Skazkina created exclusive dresses from expensive fabrics by her own hand. Later, the head of the fashion studio decided to expand the business, increasing the range of produced clothing and adding casual wear in neoclassical style.

During the whole history the brand has been broadcasting femininity. Its target audience is businesswomen who like restrained and business-like style in their clothes. The brand stands for long wearability of things, that is why it offers its customers impeccably tailored models made of natural fabrics.

– *What advantages of the brand can you name? What models are its signature products?*

– Unlike our competitors, we do not give in to passing trends, but value silhouettes which have long ago become the most popular. The Olga Skazkina fashion house is especially proud of its sheath dress. This model requires meticulous work and a fine-tuned curve, which allows it to

sit perfectly and underline the woman's dignity. This is the product for which the majority of our clients turn to us. Another popular direction of the brand is the creation of business style capsules, for example, jackets, pants and skirts can be sewn from the same fabric, which makes it possible to combine things with each other and create new images every day.

– *This year has fundamentally changed the economic situation in Russia. How did Olga Skazkina fashion house survive the events of the economic crisis?*

– Even before this year's events, at the beginning of pandemic 2020 the team of Olga Skazkina Fashion House made, as it turned out, a strategically right decision – they made a large-scale purchase of proven, favorite fabrics and accessories from foreign partners. The stock of raw materials allowed them not to stop production in connection with the growing sanctions, and quietly began the search for alternative suppliers of fabrics in 2022.

"Import substitution" has become the word of the year for the Russian light industry. After all, the main obstacles to cooperation with



foreign partners today are still logistics and the high cost of raw materials. It is for these reasons that we turned our attention to the domestic market. Fortunately, Russia has a sufficient number of producers of quality natural fabrics. We have already made our choice.

– *Is your move to the new sewing room linked to the expansion of production? How has the demand for the brand increased in the last few months?*

– Since March demand for the brand clothing has been growing steadily, which cannot but rejoice. It is very pleasant that customers have trusted the Russian manufacturer and come back for repeat purchases.

We are expanding our shop, as in addition to private orders we receive more and more corporate orders, for which we need a separate laboratory and large production capacity.

– *What tools do you use to promote your clothing line?*

– The best advertising for the brand has always been word of mouth. As for marketing strategies, we are actively developing a Telegram channel (https://t.me/OS_brand) and interacting with bloggers.

– *What are your nearest and strategic plans?*

– We are trying to develop in the direction that works best for us, which is the creation of dresses and business suits. Expanding the line was in the plans of the Fashion House, but even with the vacated niche, we are not in a hurry. It is important for us to produce worthy goods in compliance with the quality standards of the brand.

Interviewed by Daria Bakarina



Коллекция шоколадных подарков Весна-Лето 2023



Интернет-магазин:
+7 (495) 739-95-95
confaelshop.ru

Корпоративные заказы:
+7 (495) 995-53-53
confael.ru

Горячая линия:
8 800 600-53-53

