63 ВЕСНА/ЛЕТО 2018

ISSN 1731-7967

модное белье

JASMINE

www.jasminelingerie.com.ua
office@jasminelingerie.com.ua

НОЧНОЕ БЕЛЬЕ – НОВЫЕ ЦЕЛИ И НАПРАВЛЕНИЯ

Возвращение забытого поколения

Какие фасоны и цвета привлекут внимание осенью?

JASMINE

JASMINE

JASMINE

JASMINE
ООО «ЖАСМИН ЛИНЖЕРИ»
ул. Тараса Бульбы-Боровца, 15
г. Луцк, Украина
+380 50 438 77 11 — Украина
office@jasminelingerie.com.ua
jasminelingerie.com.ua
Представитель:
ТОО «ЖАСМИН ЛИНЖЕРИ КАЗАХСТАН»
ул. Умбетбаева, 73/192
г. Алматы, Республика Казахстан
info@jlk.kz | www.jlk.kz
+74 993 48 10 15 — Российская Федерация
+77 018 00 27 70 — Республика Казахстан

LINGERIE SHOW-FORUM

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА НИЖНЕГО БЕЛЬЯ
КУПАЛЬНИКОВ, ДОМАШНЕЙ ОДЕЖДЫ И ЧУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

15-23.2
2018

ИТОГОВЫЙ ПРЕСС-РЕЛИЗ

3800 ПОСЕТИТЕЛЕЙ ЧТО НА 8% БОЛЬШЕ, ЧЕМ В СЕНТЯБРЕ 2017
289 ГОРОДОВ РОССИИ, СТРАН СНГ И ДРУГИХ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН, ЧТО НА 5% БОЛЬШЕ ЧЕМ В СЕНТЯБРЕ 2017

87% посетителей заявили, что LINGERIE SHOW-FORUM располагает к успешной работе больше, чем другие выставки
97% посетителей заявили, что ассортимент продукции, представленной на LINGERIE SHOW-FORUM, удовлетворил их в полной мере или в значительной степени

271 БРЕНД ИЗ 22 СТРАН. 101 ЭКСПОНЕНТ. 2000 + 2000 + 2000 КВ.М ЭКСПОЗИЦИИ

ABECITA • ACOUSMA • AFFINITAS • AIRIDACO • ALBINA LINGERIE • ALLES • AMELIE • AMORE A PRIMA VISTA
ANABEL ARTO • ANAIS • ANFEN • ANGELS NEVER SIN • ANGGEE • ANITA ACTIVE • ANITA CARE • ANITA COMFORT
ANITA MATERNITY • ANTICA SARTORIA • ANYMO • AQUARILLA • ARIA • ARUELLE • ATLANTIC • ATLANTIC BEACH • AVA
AVANUA • AVELINE • AVENIJA BY V.O.V.A. • B.TEMPT'D • BABELLA • BAHAMA • BALALOUM • BALANCELLE • BALDESSARINI
BALERINA • BALI • BARBARA BETTON • BAS BLUE • BAYKAR • BEAUTY NIGHT • BELARUSACHKA • BELINAY • BEST CALZE
BESTFORM • BIGLIF LINGERIE • BIKINI BAR • BIP-BIP • BL'AMOUR • BOGEMA LINGERIE • BRAVO • BRETELE
BRIGITTE BARDOT • BUGATTI • CACHAREL • CAPRICE • CARIOCA • CHAMPION • CHANTELLE • CHANTEMELY
CHARMANTE • CHEEK BY LISCA • CHERYOMUSHKI • CHILIROSE • CITO • CLEO BY PANACHE • CLEO SWIM BY PANACHE
CLEVER • CONTE LINGERIE • CONTURELLE BY FELINA • COQUETTE REVUE • CORIN • COTONELLA • CREACIONES SELENE
CURVY COUTURE • CYBELE • CYELL • DAILY BY LINGADORE • DAINA • DAVID • DEA FIORI • DELAFENSE • DIM • DIM BASIC
DIMANCHE LINGERIE • DIVA SHARM • DN NIGHTWEAR • DOLCE PICCANTE • DONNA • DREAM ACADEMY
ECLIZIA BY JOLIDON • EDEN PARK • EILEEN WEST • ELORIA • EMMI • EMPIRE OF SUMMER • ESOTIQ • ETNA • EVA
EVELENA • EWLON • EXCELLENT BEAUTY • FEBA • FELINA • FIANETA • FUEL FOR PASSION • GABRIELLA • GAIA
GIACOMO FERRUCCI • GIRARDI • GLAMORISE • GLORA • GODS N'HEROES • GORGEOUS+ • GORSENIA • GORTEKS
GOSSARD • GRACIJA-RIM • GRIFF • HANES • HAPPY FRENSIS • HEIDI KLUM • HONEY LINGERIE • HOT • HUNNY MAMMY
I'M VERY • ICONIQUE • ILIKE LINGERIE • IMPETUS • IODUS • ISTINTO • JANIRA • JEZEBEL • JULIMEX • KAMOA
KAUR'S LAUREL • KEY • KINGA • KOMILFO • KONRAD • KRIO COLOR • KRIS LINE • L'ALTRA COTONELLA • L'ANGEL
LACERINI • LAGUNA AS • LAIMA M • LAMA • LANA S • LAREZZA • LAURA AMULETTI • LE BOURGET • LE CHAT • LELIO
LILLY BY JOLIDON • LINGADORE • LISCA • LISE MARIE • LOLITTA • LORA GRIG • LORA IRIS • LORIN • LUI • LUNA
LUNA DI GIORNO HOME • MADEMOISELLE • MAGISTRAL • MAIDENFORM • MAISON LEJABY • MANDHARI
MARC&ANDRE • MARIAM • MARILYN CLUB • MARILYN MONROE • MELADO / ALMANDO MELADO • MESEDUCE
MIA-AMORE • MIA-MELLA • MIA-MIA • MILAVITSA • MINIMI • MIOOCCHI • MOMENTS BY LINGADORE • MON
MOOR MOOR • MORGAN • MUDOMAY • NATMEN • NATURANA • NIC CLUB • NICOLE OLIVIER • NOBLESSE OBLIGE
NOEMI • NOTTEMANIA • NUDO LINGERIE • OBSESSIVE • ONLYVIPS • OPIUM • ORHIDEJA • ORI • OROBLU
OXOUNO MANEKI-NEKO • OXOUNO YAMATO-DAMASHII • OZKAN • PAIN DE SUCRE • PALADA • PALOMA • PANACHE
PANSY • PARAMOUR • PARFAIT • PASSION • PASSIONATA • PHO FIRENZE • PINK LIPSTICK • PINKISS • PLAGE EXOTIQUE
PLAYTEX • POMPADOUR • PRETTY POLLY • PRIMAVERINA • PUSPA LINGERIE • RAGO • REBECCA • RENE ROFE • REPLAY
ROKSA • ROSA FAIA • ROSA SELVATICA • ROSE&PETAL • ROSME • ROSSLI • ROSSOPORPORA • ROYAL GLAMOUR
SALVADOR DALI • SAPPH • SCULPTRESSE • SENSIS • SERMIJA LINGERIE • SHANTE • SHOCK ABSORBER • SIELEI • SIS • SISI
SOLLINE • STEFI L • SUGGEST BY PAIN DE SUCRE • SUNFLAIR • SUZANNE VEGA • TARO • TOM TAILOR • TRASPARENZE
TRIUMPH • TUREN • ULTRAMAX • UNIQUE LINGERIE • V.I.P.A • VACANZE ITALIANE • VALMIR.A • VANILLA • VARIANCE
VENA • VERALLY • VIANIA • VOILA • VOLUPTINA • WACOAL • WELL • YSABEL MORA • ZE:BRA • МАМИН ДОМ • ФЭСТ

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ПО РЕГИОНАМ

11,4%	Центральный федеральный округ
40,8%	Москва и МО
7,6%	Южный федеральный округ
4,2%	Северо-Западный федеральный округ
2,1%	Санкт-Петербург
1,8%	Дальневосточный федеральный округ
5,7%	Сибирский федеральный округ
5,4%	Уральский федеральный округ
9,9%	Приволжский федеральный округ
2,9%	Северо-Кавказский федеральный округ
5,8%	Страны СНГ
2,4%	Другие страны

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ПО ЦЕНОВЫМ СЕГМЕНТАМ

Премиум	Высокий	Средний +	Средний	Средний -
18%	36%	70%	64%	42%

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ПО ВИДАМ КОМПАНИЙ

61,8%	Предприятие розничной торговли\Торговая сеть
17,7%	Предприятие оптовой торговли\Дистрибьютор
9,5%	Производитель
9,0%	Другое

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ПО ДОЛЖНОСТИ

34,6%	Руководитель компании\Владелец
11,3%	Заместитель руководителя\Руководитель отдела
23,1%	Менеджер\Специалист
10,0%	Индивидуальный предприниматель
10,0%	Другое

29 ТЕМАТИЧЕСКИХ МОДНЫХ ДЕФИЛЕ ОТ 271 БРЕНДА

6 ВЕЧЕРНИХ КРАСОЧНЫХ LINGERIE SHOW

27 МАСТЕР-КЛАССОВ

2 РОЗЫГРЫША СЕРТИФИКАТОВ

2 КОНКУРСА

УВАЖАЕМЫЕ ПАРТНЕРЫ!

ПРИГЛАШАЕМ ВАС ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ
В LINGERIE SHOW-FORUM - КРУПНЕЙШЕЙ БЕЛЬЕВОЙ ВЫСТАВКЕ СТРАН СНГ И ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ
СЕДЬМАЯ СЕССИЯ 1-9 СЕНТЯБРЯ 2018
ВОСЬМАЯ СЕССИЯ 20-28 ФЕВРАЛЯ 2019

1-3.09.2018	4-6.09.2018	7-9.09.2018
СРЕДНИЙ-СРЕДНИЙ	СРЕДНИЙ СРЕДНИЙ+	СРЕДНИЙ+ ВЫСОКИЙ

300 БРЕНДОВ ИЗ 27 СТРАН
70 ДЕЛОВЫХ И РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ
РОЗЫГРЫШИ, ПОДАРКИ И СЮРПРИЗЫ

РЕГИСТРИРУЙТЕСЬ НА САЙТЕ Lingerie-Show-Forum.ru

Россия
LORMAX

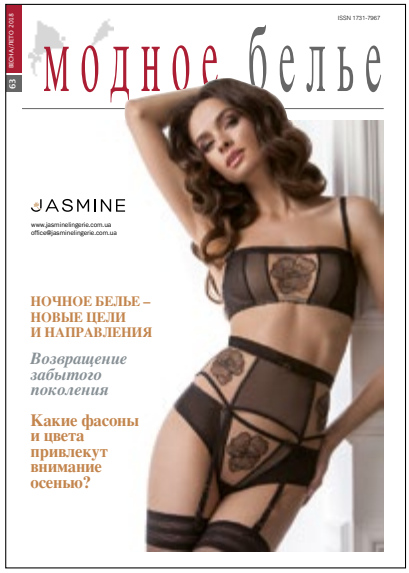
г. Москва, м. «Алексеевская»
ул. Годовикова, д. 9
Тел: (985) 420-98-08
www.lormax.ru

Alles
since 1992

Украина:
АЛЛЕС-УКРАЇНА

ТзОВ СП " Аллес- Україна"
вул. Стрийська, 67
м. Львів, Україна, 79031
www.alles.in.ua

Ma Ma
by Alles
Украина:
ТзОВ СП " Аллес- Україна"
вул. Стрийська, 67
м. Львів, Україна, 79031
www.alles.in.ua
www.alles.pl
/BieliznaAlles



В НОМЕРЕ 63

ООО «Жасмин Линжери»
Украина, г. Луцк
ул.Тараса Бульбы-Боровца,15
тел./факс: (+38) 0332 24-82-07
office@jasminelingerie.com.ua
www.jasminelingerie.com.ua

10 Художественное кружево
12 CPM Body&Beach: новый этап развития
14 Ночное белье – новые цели и направления развития
24 Новинки
26 Pink Power, или нежная сила спорта
28 Последний шанс для тех, кто все еще торгует дешевым бельем
32 Технологии Gisela на службе женственности
38 Семейный бельевой бизнес с Дальнего Востока
44 Рецепт успешного магазина от компании Dimanche lingerie
48 «Бабушки» в строю, или возвращение забытого поколения
52 Будущее торговли с женским лицом
58 Трусы в стиле «гламур»
62 Трусы с высокой талией
64 Белье. Что нового?
66 Новинки
72 Неуловимые, словно туман
74 Цветочный сад
76 Искусство оформления
78 Обволакивающая мягкость
80 Пижамы в мужском стиле
82 Мужчина в классической цветовой гамме
84 Новинки
86 Носки на лето
87 Усыпанные блестками и мелким горошком
88 Авангардные решения
89 Отдых на Ривьере
90 Цельные купальники
92 Обработка материала – ключ к успеху
93 Первый фирменный магазин Lisca на Украине
94 Салон белья выплывает в открытое море
96 В будущее с надеждой
100 Kyiv Fashion
102 Lingerie Show Forum
104 Lingerie&Swim Moscow

Электронная версия журнала на сайтах:
www.popmoda.ru
www.podubraniem.pl

ModnojeBieljo
Mbmagazin
Modnoje Bieljo

Редакция не несет ответственность за достоверность информации, опубликованной в рекламных объявлениях.
Перепечатка материалов из журнала «Модное белье» разрешается только по согласованию с редакцией.

модное белье™

Издатель:
MB-PRC Sp. z o.o.
www.podubraniem.pl
Директор издательства:
Яцек Трач
Главный редактор:
Малгожата Дзяконска
gosia@bielizna.home.pl
Арт-директор:
Беата Грабска
Редактор-корректор:
Соколова Екатерина
Дизайн: Анджей Шимански
Перевод: Анна Тихонова,
Беата Чугунова

УКРАИНА, БЕЛОРУССИЯ, ПРИБАЛТИКА
По вопросам размещения рекламы и получения бесплатного журнала просим обращаться:
Мартиросян Артур
тел.: +48 42 657 04 21
viber: +48 503 35 90 95
office@bielizna.home.pl

РОССИЯ:
- получить журнал
- разместить рекламу, новости, информацию
Сажина Наталия
e-mail: moda-katalog@yandex.ru, mirmoda@mail.ru
тел.: +7 495 233 -25-21
8-926-542-40-21

Modnoje Bieljo
Свидетельство о регистрации № 786 от 24 октября 2003 г.

модное белье
Свідоцтво про державну реєстрацію
№ 14555-3526P
ISSN 1731-7967

mia-amore
www.miamia.ru
8 (800) 707-10-50

ХУДОЖЕ-СТВЕННОЕ КРУЖЕВО

ANITA

CHANGE

EWA BIEN

B.TEMPT'D

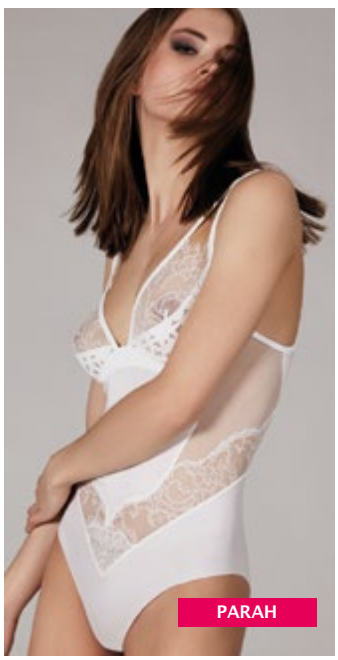
FREYA

LISCA FASHION

WACOAL

GISELA

WACOAL

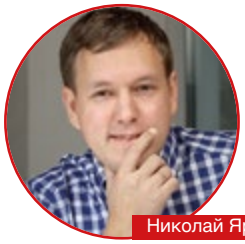

PARAH

LUNARETTA

CONTURELLE

COTONELLA

CPM BODY&BEACH: НОВЫЙ ЭТАП РАЗВИТИЯ


Николай Ярцев

Выставочные компании ООО «Мессе Дюссельдорф Москва» (Россия) и Eurovet (Франция) завершают сотрудничество по организации экспозиции пляжной и бельевой моды в рамках CPM-Collection Première Moscow. При этом востребованный байерами раздел Lingerie по-прежнему будет входить в экспозицию CPM и представлять дважды в год новые коллекции бельевой и пляжной моды в формате стендов, тренд-зон и подиумных показов. В сентябре 2018 года раздел вернет себе уже знакомое аудитории название – CPM BODY&BEACH.
Журнал Модное Белье задал несколько вопросов директору проекта CPM в России Николаю Ярцеву.

Модное Белье: Николай, до выставки CPM остается несколько месяцев, и вот с проекта неожиданно уходит один из организаторов. Можно понять беспокойство участников, потому что сразу возникает масса вопросов, и среди них – ключевой: поменяются ли условия и цена участия?
Николай Ярцев: Подготовка к выставке CPM занимает гораздо большее время, чем период от сезона к сезону (февраль-сентябрь-февраль). Мы должны брать в расчет и цикличность проведения мероприятия, и низкую динамику в бизнес-среде в летний и новогодний период отпусков. Именно поэтому процесс подготовки идет круглый год, а сроки и место проведения мероприятия известны заранее. На данный момент нашим представительствам и партнерам по всему миру уже сообщены даты проведения CPM в 2019 году. К сожалению, нам действительно пришлось расстаться с компанией Eurovet, так как новые правовые формы и правила не позволили продолжить сотрудничество. Однако для всех участников бельевого сегмента, который теперь носит знакомое всем название CPM BODY&BEACH, ничего не изменится: мы сохранили условия и стоимость участия как для российских, так и для иностранных компаний. Наши отличительные особенности, такие, как профессиональная атмосфера b2b-мероприятия, локальные и международные посетители, стильная застройка, обеспечивающие статус ведущей выставочной площадки страны, останутся неизменными.

Представители компании Eurovet ездили по городам России, лично приглашая участвовать в CPM. Компания Eurovet уделяла огромное внимание бельевым магазинам. В каком формате будет строиться работа по привлечению участников из регионов?
Несомненно, изучение фэшн-рынка невозможно без тесного контакта со всеми его участниками. На протяжении последних 10 лет мы организовываем круглые столы в регионах России и в столицах соседних государств, на которые приглашаем представителей местных отраслевых союзов, организаторов модных событий, и, конечно, отечественных производителей, а также ведущих представителей и агентов международных торговых марок. Именно после таких встреч мы привносим свежие идеи в структуру организации выставочного проекта. Год назад, после поездки в Нижний Новгород, родилась идея организации коллективного стенда региона, на котором представлены наиболее яркие молодые дизайнерские марки. Концепция получила название CPM My Country. Предстоящий круглый стол мы проведем в конце мая в Новосибирске, и именно из этого города в сентябре гости выставки увидят уже третий по счету пул участников на нашей площадке в Экспоцентре. Также к февральской выставке мы запустили проект CPM StartUp Russia, который предоставляет возможность компаниям по производству готовой одежды и нижнего белья, только выходящим на рынок или присутствующим на нем совсем недолго, на специальных условиях представить свои коллекции, возможности и идеи для байеров. Кроме того, в рамках развития CPM, мы сотрудничаем с партнерами, чьи представители посещают многие города и рассказывают об изменениях и особенностях нашего выставочного проекта и ближайшего сезона. Этим летом мы рассчитываем охватить значительную часть бельевого рынка страны и посетить ведущие точки продаж повседневного, спортивного и изысканного нижнего белья, а также пляжной моды.

Что нового появится в программе выставки?
Мы уже запустили кампанию по информированию и вовлечению огромного числа участников рынка. Мы традиционно используем тематические рассылки по торговым и производственным компаниям, а также получаем поддержку со стороны многих медиапартнеров в сегменте нижнего белья. 31-й сезон CPM будет отмечен новым витком развития программы Top Buyer, в рамках которой на выставку обеспечивается визит более 20 владельцев и главных байеров премиум-бутиков. В сентябре мы фокусируем свое внимание на закупщиках именно бельевого сегмента и будем рады предоставить для них возможность проводить переговоры и совершать кофе-брейки в CPM Gold Club. Разнообразная сопутствующая программа мероприятий (семинары и модные показы), активное присутствие журналистов – все это останется неотъемлемой частью линжери-сегмента CPM. По организации деловой программы мы сотрудничаем с ведущими российскими консалтинговыми компаниями и международными тренд-бюро, которые предоставят актуальную информацию о состоянии рынка, развитии отрасли и последних тенденциях. Для того чтобы гости смогли не только услышать о последних веяниях, но вживую ознакомиться с прогнозами, будет работать тренд-зона, где участники на манекенах представят образцы новых коллекций. Также посетители увидят показы в презентационной зоне с подиумом, оформленным согласно новой концепции. Ключевой задачей CPM всегда было и будет обеспечение эффективной коммуникации между экспонентом и посетителем, создание комфортной среды для профессионального общения. Мы всегда рады новым встречам со специалистами индустрии и ждем всех с 4 по 7 сентября 2018 года на крупнейшей b2b фэшн-платформе России и Восточной Европы, чтобы вместе лидировать в нашей отрасли.

unikat®
UNDERWEAR
ул. Gościniec 2, 70-876 Szczecin, Польша, тел./факс: +48 91 462 01 27
unikat@unikat-comp.pl, www.unikat-comp.pl
ИЩЕМ ДИСТРИБЬЮТОРОВ

НОЧНОЕ БЕЛЬЕ – НОВЫЕ ЦЕЛИ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

Как в последние годы изменился рынок белья? Носят ли современные женщины пижамы? И если да, то какие? Что будет нравится в будущем? Обо всем этом мы спросили у представителей ведущих марок ночного белья и домашней одежды, чтобы поближе присмотреться к рынку с перспективы производителя.

Как вы оцениваете сегодняшний рынок ночного белья в России или на Украине?

Алиция Ендрашек, Lunaretta: За последние десять лет это направление сбыта очень изменилось. Клиентки становятся все более разборчивыми, информированными и требовательными. Ночное белье прежде всего должно быть комфортным и иметь идеальную посадку, однако, факторами, привлекающими внимание, являются фасон и расцветка. Современные клиентки гораздо более раскрепощены, они следуют тенденциям и выбирают то, что больше всего подходит к их типу внешности. Цвета, когда-то использовавшиеся только для верхней одежды, сегодня все чаще появляются в спальнях.

LUNARETTA

Олег Шиморянов, Evelena: На рынке России мы отмечаем позитивный вектор спроса на домашнюю одежду в среднем и высоком сегменте. Люди устали от засилия дешевой, некачественной, однообразной и скучной одежды. Рынок дешевой домашней одежды уступает по темпам роста другим ценовым сегментам, но и он тоже развивается. В то же время уже недостаточно из года в год шить одежду по одним и тем же лекалам. Покупатели требуют уникальности, изюминки в том, что они хотят приобрести.

Ирина Курючкина, Komilfo: Я считаю, что украинский рынок ночного белья уверенно развивается, несмотря на непростую экономическую ситуацию. Эксперты констатируют увеличение емкости рынка. После резкого падения курса гривны в 2014 году отечественные предприятия укрепили свои позиции, представив достойную альтернативу импортным товарам.

Ольга Творжинская, Relax Mode: Рынок ночного белья и одежды для дома перенасыщен. На российский рынок вышли производители марок среднеценовой категории из Польши, Латвии, Сербии, а турецких производителей в сегменте средний плюс/высокий можно пересчитать по пальцам. Следовательно, пытаясь удовлетворить потребности наших покупателей, мы вынуждены постоянно предлагать потребителю что-то новое в соотношении цена-качество. С экономической точки зрения, ситуацию на российском бельевом рынке можно оценить как стабильную. Несмотря на нынешний рост валюты, падение роста продаж могло быть сильнее.

Надевают ли женщины пижамы на ночь?

Татьяна Муха, Sensis: Конечно! Особенно пижамы из натурального трикотажа. Мы уделяем огромное внимание качеству нашего сырья, и клиентки это ценят. Постепенно они убеждаются в том, что сон в

значительной мере зависит от того, в чем мы спим.

Ирина Курючкина, Komilfo: Пижама остается самым модным элементом женского домашнего гардероба. Современная женщина должна обладать как мягкими, уютными, комплектами на каждый день, так и роскошными для особых случаев.

Олег Шиморянов, Evelena: Конечно надевают, причем не надевают одно и то же каждую ночь. В гардеробе современной женщины пижам и ночных сорочек порой не меньше, чем повседневной одежды.

Ольга Творжинская, Relax Mode: Это же просто «наряд для сна»: практически все девушки и женщины к выбору такого важного элемента женского гардероба, как пижама, относятся со всей серьезностью, поскольку подбор правильной модели не так уж и прост, как может показаться на первый взгляд. Более того, сейчас становятся довольно популярными посиделки в пижамах, или же как их еще называют «пижама-пати».

Является ли появление дешевого ночного белья в гипермаркетах угрозой для отрасли?

Ирина Курючкина, Komilfo: Наша компания работает на рынке белья и домашней одежды с 2002 года. Мы хорошо знаем вкусы и предпочтения покупателей. Рабо-

www.key.com.pl
www.facebook.com/keyunderwear/
www.facebook.com/key.ukraina/

тая в ценовом сегменте средний/средний плюс, мы предлагаем уникальную продукцию по разумным ценам, не боясь конкуренции.

Татьяна Муха, Sensis: Гипермаркеты не составляют большой конкуренции на рынке ночного белья и домашней одежды. Привлекательность их ассортимента основана прежде всего на низкой цене и ограниченном предложении. А вот материалы и выработка очень плохие. Самым лучшим методом борьбы с конкуренцией является следование принципам. Самое главное – это качество, и из этого правила нет исключений. Кроме того, нужно относиться к производственному процессу с любовью и быть порядочным по отношению к партнерам и клиентам. Нужно помнить о том, что марку создают люди, и этикетка «Сделано в Польше» ставит высокую планку. Кроме того, магазин белья предлагает гораздо более широкий выбор товара, ассортимент постоянно пополняется новыми коллекциями, соответствующими последним тенденциям моды. Я думаю, что самым главным в деле привлечения клиентки к покупке в вашем магазине является качество, соответствующее потребностям современной женщины. Дополнительным преимуществом является профессиональная помощь и высокое качество обслуживания. В крупных магазинах этого просто не существует.

Олег Шиморянов, Evelena: Появление дешевой домашней одежды является угрозой для тех компаний, которые предлагают своим покупателям только дешевый сегмент. Гипермакеты доступнее бельевых магазинов, люди будут покупать дешевую одежду в гипермаркетах. Магазинам домашней одежды необходимо сбалансировать ассортимент, сделать его более гибким, добавить одежду в среднем и премиум сегментах, сократив долю дешевой одежды. Покупатели оценят такие шаги.

Ольга Творжинская, Relax Mode: Основное достоинство товара – это, как правило – сочетание качества, комфорта и цены. При отсутствии этих трех составляющих покупательницы вынуждены приобретать более дешевое белье, лишь бы устраивала цена. Это приводит к очень высокому уровню конкуренции среди производителей. Женщины могут легко отдать предпочтение другой марке, если не понимают преимуществ продукта. Поэтому, несмотря на наш торговый профессионализм, историю бренда, соотношение цены и качества, на это вопрос можно ответить утвердительно.

В мире все большую популярность приобретает одежда для дома и отдыха. Какова ситуации в России и на Украине?

Алиция Ендрашек, Lunaretta: Да, действительно, уже многие годы наблюдается увеличение интереса к коллекциям одежды для дома и отдыха. Однако спрос на эту одежду на Западе все еще гораздо выше, чем у нас, хотя в крупных городах, в эксклюзивных бутиках, ситуация понемногу меняется. За границей в бельевых магазинах ассортимент домашней одежды, отличной от типично спортивной, значительно шире. Мы надеемся, что и в восточной части Европы в ближайшее время произойдут изменения. Одежду для дома и отдыха часто покупают заодно с бельем, поэтому очень важно, чтобы она привлекала внимание качеством и современным женственным дизайном.

Олег Шиморянов, Evelena: Российские покупатели ни в чем не уступают остальному миру. Наши дамы с удовольствием приобретают домашнюю одежду, ориентируются в трендах. Мы замечаем растущий спрос на мужскую домашнюю одежду, а также рост спроса среди мужчин, которые с большим удовольствием дарят своим дамам домашнюю одежду. Мужчины ничуть не хуже разбираются в современных тенденциях.

Ирина Курючкина, Komilfo: Популярность качественной домашней одежды растет. Современная женщина считает необходимым выглядеть роскошно всегда, даже дома. Мы ей в этом с легкостью и удовольствием помогаем.

Татьяна Муха, Sensis: Клиентки высоко ценят серии одежды для отдыха, представленные в нашем ассортименте. Каждая женщина хочет чувствовать себя комфортно после рабочего дня, а ночное белье уже давно расширило область своего применения и используется не только ночью.

Ольга Творжинская, Relax Mode: В последнее время интерес к домашней одежде растет так же, как и к дневному наряду. К тому же, те же пижамы превратились из одежды для сна в одежду для дома. В ней стали расхаживать по дому, принимать гостей. Более того, форма пижам оказала влияние на спортивную, пляжную и вечернюю одежду. Сегодня домашняя одежда и одежда для отдыха просто поражает своим разнообра-

SENSIS®

DISCOVER NEW COLLECTION

SPRING / SUMMER
2018

Официальный дистрибьютор в России: www.bikinitop.ru

facebook.com/SensisNight | www.sensis.com.pl

зием. Она оказывается востребованной тогда, когда уставший человек оказывается дома после трудового дня, перед тем как лечь спать и после ванной. Вполне естественно, что каждый человек желает, чтобы домашняя одежда была приятной, удобной, не стесняла движений и доставляла удовольствие оригинальностью цветовой гаммы. Как следствие, популярность и спрос на костюмы для женщин и мужчин, ночные сорочки, пижамы, туники и домашние халаты, будут оставаться неизменными.

Перечислите важнейшие тренды отрасли, которые в ближайшее время будут царить на рынке?

Олег Шиморянов, Evelena: Стильная и яркая мужская домашняя одежда. Качественная домашняя одежда из достойных материалов, сшитая на современном оборудовании.

SENSIS

CYELL

Алиция Ендрашек, Lunaretta: С одной стороны, мы видим на рынке огромный технологический прогресс, который влияет на моду. Появляются новые материалы и решения, благодаря которым белье становится удобным, практически как вторая кожа. Мы можем также делать выбор в пользу материалов, благоприятных для тела и окружающей среды. С другой стороны, в эпоху массового производства и доступности товаров, наблюдается интерес к уникальной продукции, произведенной в небольших мануфактурах или семейных фирмах, каждая из которых имеет свой неповторимый стиль. Надеемся, что это направление будет развиваться так же, как и тенденция предпочтения качества количеству.

Ирина Курючкина, Komilfo: Мода достаточно «раскрепостилась», чтобы снова повернуться лицом к образу женщины–загадки, пусть и в современной интерпретации. Сегодня в тренде сочетание комфорта с прекрасной сложностью стиля ретро. Все эти наслоения тканей, прозрачность кружев и нежный шепот шелка создают особый ореол вокруг женщины, делая ее обольстительной и недоступной одновременно.

Ольга Творжинская, Relax Mode: Домашняя одежда, как и любая другая, подвержена моде, поэтому дизайн постоянно меняется. Актуальным является детский дизайн пижам, который пользуется спросом и у взрослых. Кружевные платья-туники, пижамы с геометрическим и голографическим рисунком, а также принты. Помимо классической пижамной полоски, клеточки и горошка, которые актуальны всегда, присутствуют более смелые орнаменты, такие, как цветы, этнический принт и индийский огурец.

Какие материалы, применяемые в производстве ночного белья, являются самыми популярными? В чем мы больше всего любим спать?

Татьяна Муха, Sensis: Самым популярным материалом продолжает оставаться хлопок. Благодаря облагораживанию материалов, то есть стабилизации и смягчению, сегодня их свойства сохраняются намного дольше. Ночное белье из хлопка высоко ценится клиентками за мягкость, удобство и способность пропускать воздух.

Ирина Курючкина, Komilfo: Компания Komilfo производит несколько линеек ночного белья из разных тканей: шелк-сатин, вискоза, гипюр, велюр. Сегодня растет спрос на натуральные ткани, такие как шелк и батист. Мы готовим для наших клиентов массу новинок.

Олег Шиморянов, Evelena: Традиционно это хлопок,

MILAVITSA
РЕКЛАМА
sfg
Генеральный дистрибьютор СП ЗАО «Милавица» и АО Lauma Lingerie в РФ: ЗАО «Сильвано Фешн»
127015, Москва, Новодмитровская ул., д.5А, стр.4. тел. +7 (495) 640-18-57, info@silvanofashion.ru franchising@silvanofashion.ru
LINGERIE DE FEMME ALISEE
aveline collection
LAUMA lingerie
HIDALGO MEN'S UNDERWEAR
laumelle LINGERIE

HANRO

отлично зарекомендовала себя вискоза, она мягкая и приятная для сна. Полиэстер в ночной одежде не пользуется особым спросом.

Ольга Творжинская, Relax Mode: По-прежнему лидируют шелковые и шифоновые пижамы. Но если их выбирают за внешний вид, то хлопок и трикотаж популярны благодаря практичности. Вискозные пижамы незаменимы – суперохлаждающий материал для летних сорочек и пижам. Бамбук хорошо влияет на терморегуляцию кожи. Материал пижамы или ночной сорочки является одним из важных факторов, гарантирующих спокойный и комфортный сон. Чем уютнее в ней чувствует себя человек, тем крепче его сон, поэтому с уверенностью можно сказать, что хлопок и вискоза являются самыми популярными.

Какой продукт был вашим абсолютным бестселлером и лучше всего продавался на протяжении всей истории фирмы?

Татьяна Муха, Sensis: Бестселлером нескольких последних сезонов является коллекция Norweg. Появлялись, конечно, и новые коллекции, которые прекрасно продавались, но Norweg продолжает оставаться фаворитом у женщин. Модели ценятся за оригинальные, неподвластные времени фасоны, качество трикотажа и великолепную выработку.

Алиция Ендрашек, Lunaretta: Лучше всего у нас продаются трикотажные коллекции, украшенные кружевом. Но есть одна атласная модель, которая ежегодно меняет цвет основного материала и контрастирующего с ним французского кружева, в зависимости от тенденций моды. Это для нас такой «вечнозеленый кустарник», мы просто не представляем себе коллекции без него. Так же, как и наши клиенты. Это простая майка без чашек на тонких, регулируемых бретельках, скрещивающихся на открытой спине. Снизу и сверху изделие украшено нежным кружевом неправильной формы. Успех этой модели связан также и со смелыми сочетаниями цветов. В осенне-зимней коллекции мы, в качестве исключения, выпустили эту модель в классическом сочетании элегантного темно-синего цвета с кремовым. А вот летом клиенты чаще всего выбирают приятный к телу, пропускающий воздух трикотаж или нежный муслин с кружевами. Хитом грядущего лета будет наша свадебная коллекция белого и кремового цвета из трикотажа, муслина и атласа.

LINGADORE LOUNGE

Ирина Курючкина, Komilfo: Ассортиментный портфель нашей компании огромный. Мы разрабатываем эксклюзивные модели, еженедельно выпуская новинки. Конечно, есть бестселлеры, которые особо ценят наши клиенты. Например, модель Ibiza из нежного шелк-сатина цвета карамели с кружевной отделкой. К слову, эта модель была отобрана организаторами выставки Mode City в Париже в зону Trends & Selection. Подобные успехи придают сил и вдохновляют творить дальше.

Олег Шиморянов, Evelena: Все наши продукты проходят жесткий отбор среди десятков образцов. В производство передаются только те модели, которые получили симпатии нескольких независимых фокус-групп. Мы рекомендуем попробовать нашу продукцию и самостоятельно выбрать самый лучший образец.

Ольга Творжинская, Relax Mode: Сорочка классических оттенков в стиле мужской рубашки, которая создает ни с чем не сравнимый, свободный и игривый облик. И этот небрежный стиль всегда ассоциируется с присутствием вкуса.

Anabel Arto
HEAD OFFICE
+38 (057) 763 20 42
export@anabel-arto.com
GERMANY
EU Head office
Anabel Arto GmbH
+ 49 89 203 516 79
buero@anabel-arto.com
FRANCE
Jean-François MIGNARD
General agent
0033 6 80 42 53 54
jfmignard@gmail.com
ITALY
ISM - ITALIAN SALES MANAGEMENT
General agents
ism_direzione@yahoo.it
SPAIN
+34 698 67 20 32
esp@anabel-arto.com
POLAND
+48 577 952 633
retail.pl@anabel-arto.com
BULGARIA
+359 88 241 10 95, +359 88 999 37 78
bulgaria@anabel-arto.com
RUSSIA
+7 (918) 599-93-46,
+7 (988) 585-54-64,
rostov-don@anabel-arto.ru
KAZAKHSTAN
+7 (727) 387 16 73,
+7 (727) 387 15 88,
info@anabelarto.kz
BELARUS
+375 (17) 322-11-88
shop@anabel-arto.by

RELAX MODE®

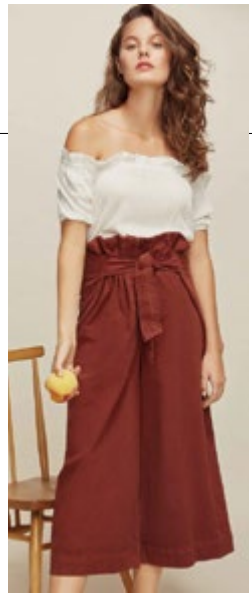
ОФИЦИАЛЬНОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО RELAX MODE:
г. Москва, ул. Фридриха Энгельса д. 75, с. 21, Бизнес-центр "ИТКОЛ"
+7 495 662 59 26, +7 926 095 32 16, info@relaxmode.ru
www.relaxmode.ru

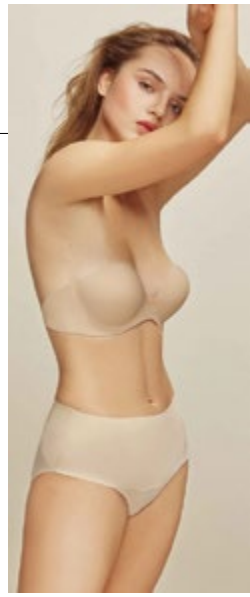
RELAX MODE®

RELAXMODE
ИДИ ПО ЖИЗНИ
С КОМФОРТОМ

- **ОДЕЖДА ДЛЯ ДОМА**
- **ДЛЯ СНА**
- **ДЛЯ ФИТНЕСА**
- **ДЛЯ ОТДЫХА**

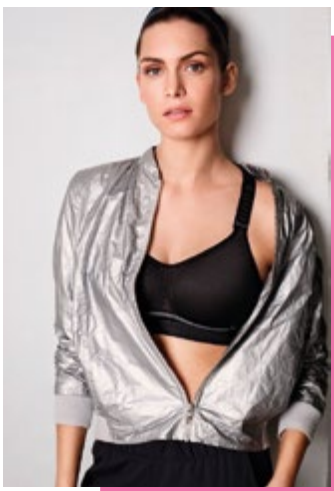
И ДЛЯ СПОРТА





Решение летних вопросов

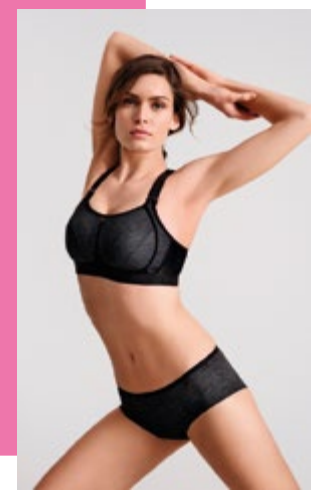
К лету 2018 года бренд Gisela выпустил новую линию Summer Solutions, в которой предлагается ассортимент бюстгальтеров и аксессуаров для летних открытых нарядов. Теперь к любой одежде можно будет подобрать бюстгальтер. Бюстгальтеры с глубоким декольте под низкие вырезы, бюстгальтер с низкой спиной для открытых вырезов на спине и силиконовые самоклеящиеся бюстгальтеры с пушап и без, легко решат проблемы с подбором белья к летнему гардеробу.



Move by Conturelle от Felina

В осенне-зимнем сезоне 2018 г. фирма Felina расширит ассортимент благодаря новой серии белья для активного образа жизни Move by Conturelle. В серии представлены два новых бюстгальтера: Activity Fitness Motion и Power Motion. Бюстгальтер Power Motion предназначен для носки при высокой двигательной активности, например, при пробежках, игре в теннис или езде на лошади. Бюстгальтер Fitness Motion больше подойдет для занятий средней активности: на кардиотренировках или занятиях зумбой. Разработанные в пуристическом современном дизайне, обе модели бюстгальтеров серии Activity отличаются непревзойденным комфортом. Они удобны в повседневной жизни, а также будут отличным спутником для активных женщин во время путешествий.

В бюстгальтерах используется бесшовная формованная чашка-спейсер (Fitness Motion) и дублированная чашка (Power Motion), которые минимизируют движение молочной железы по вертикали даже при высоких нагрузках. Широкая эластичная тесьма в нижней части бюстгальтера и эргономичные мягкие бретели с удобной регулировкой спереди обеспечивают отличную поддержку. Бретели, расположенные сзади крест-накрест (Fitness Motion), и дополнительная застежка на спине (Power Motion) обеспечивают усиленную поддержку. Сетчатые вставки на спине пропускают воздух и обеспечивают оптимальный температурный режим. Старт заказов – конец апреля, срок производства – конец октября.



Что нужно женщине?

Фирма Lingadore расширяет популярную коллекцию базовых моделей на каждый день Daily Essentials, к которым присоединяются две потрясающие вещи: бюстгальтер с четырьмя видами застежки без бретелей и гладкая майка-бюстгальтер. Чашки изделий изготовлены из поролона с памятью, способного «помнить» форму молочной железы. Благодаря особой технологии, нежный эластичный материал, изготовленный из натуральных волокон, напоминает на ощупь хлопок. Пока новые модели выпускаются только черного цвета. LingaDore хочет убедить нас в том, что она предлагает именно то, что нужно всем женщинам: великолепную посадку, ощущение комфорта, уверенность в себе и сексапильность.

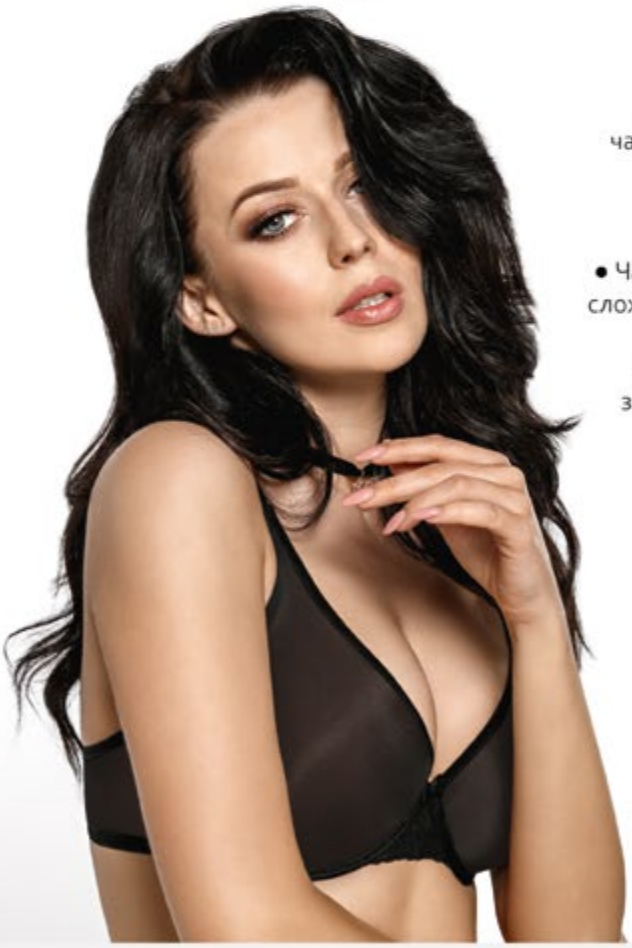
GORSENIA®
lingerie

Компания «Моден Стиль»
представляет новинку польской фабрики
GORSENIA – полупрозрачный спейсер SHE арт. K432.
TM GORSENIA – единственная компания в Польше, которая получила эксклюзивные права на продажу этих бюстгальтеров. Уже существующие на рынке спейсеры имеют верхний добавочный слой ткани, который затрудняет естественную вентиляцию в изделии. В бюстгальтерах GORSENIA нет этого «лишнего» слоя,
способ его производства запатентован.
Мы представляем вам это высокотехнологичное
и стильное изделие, которое имеет ряд выгодных отличий:

- Спейсер SHE TM GORSENIA имеет самый легкий вес из доступных на рынке. Возьмите его в руки, и вам покажется, что изделие полностью невесомо. Носить его очень комфортно. Формованные гладкие чашки и вес бюстгальтера делают его невидимкой с эффектом «второй кожи».
- Наш спейсер полностью повторяет форму груди, запатентованный синтетический материал с содержанием эластана чрезвычайно мягкий и пластичный.
- В этом бюстгальтере кожа дышит, а благодаря особенной структуре чашек изделия, кожа груди всегда остается сухой. Это особенно важно в жаркую летнюю погоду. Материал бюстгальтера полностью гипоаллергенный. Данная модель – удачный выбор для всех, кто занимается спортом или ведет активный образ жизни.
- Чашки нового спейсера не мнутся: после стирки или транспортировки в сложенном виде они сразу возвращаются к своей первоначальной форме. Изделие максимально быстро высыхает.

Спейсер SHE TM GORSENIA разработан технологами и дизайнерами с заботой о женском здоровье. Модель арт. K432 доступна в двух цветах, черный и пион, имеет расширенный размерный ряд B-H 65-95

Эксклюзивные представители TM GORSENIA
на территории России – ГК «МОДЕН СТИЛЬ»



«МОДЕН СТИЛЬ»
МОСКВА 105122,
Щелковское ш. 5, стр.1, оф. 411,
тел./факс: (495) 849-26-63, 849-26-64
e-mail: moden-style@mail.ru
www.moden-style.ru

«МОДЕН СТИЛЬ»
РОСТОВ-НА-ДОНУ 344091,
ул. Каширская д. 9/53А
тел./факс: (863) 28-29-168,166
e-mail: moden2@yandex.ru
www.moden-st.ru

мягкий и исключительно удобный

ультралегкий

повторяет форму груди

пропускает воздух

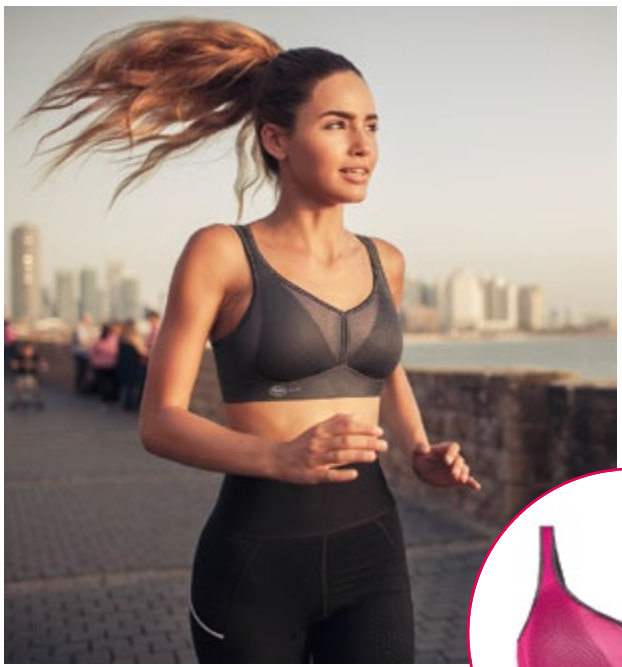
сохраняет кожу сухой

не мнется

очень быстро сохнет

PINK POWER, ИЛИ НЕЖНАЯ СИЛА СПОРТА

Современный, функциональный, красивый – так можно охарактеризовать новый спортивный бюстгальтер Air control DeltaPad (арт. 5544) марки Anita active.



Особенность этой модели – в спроектированных специально для фирмы Anita треугольных чашках из вспененного материала DeltaPad. Они обеспечивают идеальную поддержку груди до размера H даже при самых интенсивных тренировках, оптимальную циркуляцию воздуха и комфорт. Треугольная форма, «дышащий» пенистый материал и специальные вырезы в боковой и нижней части чашек DeltaPad гарантируют сухую кожу и предотвращают некомфортное ощущение холода при испарении влаги. Благодаря ультралегкой сетке обеспечиваются стильный внешний вид и функциональность.

В соответствии с системой Anita Sweat Management при пошиве изделия используются различные виды материалов. Инновационный вспененный материал с внешней стороны покрыт тканью Eyelet, а с внутренней – впитывающей влагу махровой тканью с трехмерной структурой. Бюстгальтер Air control DeltaPad привлекает внимание цветовыми решениями и материалами. Благодаря прозрачной сетке, сквозь которую в зоне декольте просвечивает кожа, создается ощущение необыкновенной легкости. Плоские швы, мягкая отделка, тщательно подобранные детали обеспечивают функциональность и спортивный внешний вид. Эргономичные бретели в двух вариантах ширины в зависимости от размера аккуратно прошиты по всей длине. Спинка из сетки с подкладкой из усиленного тюля гарантирует стабильность конструкции. Широкий пояс с изнаночной стороны прошит мягкой махровой тканью, а специальная перфорированная структура материалов обеспечивает доступ воздуха и одновременно надежную поддержку.

Спортивный бюстгальтер Air control DeltaPad серии Anita active сочетает инновационность, идеальную поддержку груди и модный внешний вид. Это безупречный помощник для каждой женщины в достижении спортивных высот.

Выпускаемые цвета: розовый, антрацит, белый. Размеры: 65-95 AA-H.

Спортивные леггинсы с функцией массажа

модель 1695 | размеры 36-48

Anita
SINCE 1886
ACTIVE

super massage fabric · super massage fabric · super massage fabric ·

Dream Team

air control DeltaPad 5544
65-95 AA-H

GOLD WINNER
ISPO

ISPO Award 2018
Winner

iF DESIGN AWARD 2018

Энергия в чистом виде и исключительная функциональность – инновационная серия спортивного белья Anita active получает очередные престижные награды. В осеннем сезоне в продажу поступит новая неоновая версия великолепной модели air control Delta Pad 5544, а также абсолютная новинка – спортивные леггинсы с функцией массажа 1695. Благодаря специальной ткани они защищают суставы, тонизируют тело и обеспечивают достижение лучших результатов во время занятий спортом.
Ищите уже сейчас базовые модели и новинки Anita active!

www.anita.com

ПОСЛЕДНИЙ ШАНС ДЛЯ ТЕХ, КТО ВСЕ ЕЩЕ ТОРГУЕТ ДЕШЕВЫМ БЕЛЬЕМ

Осенью 2012 года в 42-м номере «Модного белья» мы задавали читателям вопрос «Дешевое или качественное белье?». Тогда это казалось вопросом предпочтений: хоть мы и склоняли бельевиков в сторону качества, выбор предлагалось делать каждому самостоятельно. Прошло чуть более пяти лет, и ситуация изменилась. В 2018-ом высокое качество предлагаемой продукции становится жизненно необходимым для бельевого бизнеса, и вот почему.

1 июля 2012 года был введен в действие технический регламент Таможенного союза 017/2011 «О безопасности продукции легкой промышленности», поднявший в прессе многомесячную шумиху. Большинство бельевиков знают, чем знаменит этот нормативный документ: он вошел в историю бельевого рынка как «Запрет на кружевные трусы».

Шум вокруг кружевного белья

Дело в том, что в вышеупомянутом регламенте прописаны требования к гигроскопичности текстильных полотен (способности впитывать влагу из окружающего воздуха). Для материалов, из которых изготовлены бельевые изделия (в том числе трусы) установлена норма в 6%. Дешевое белье, выполненное из низкокачественных материалов, не соответствует этому показателю, и, соответственно, оказывается «вне закона». Не желая вникать в детали, журналисты и общественность устроили вокруг регламента большой шум. «Российских женщин лишили трусов!», «В силу вступил запрет на продажу кружевного белья», «Что будет с кружевными трусами?», «В России запретят носить синтетические трусы» – кричали заголовки новостных лент. Твиттер, Вконтакте и Facebook ломился от едких комментариев и возмущенных постов. В вечернем выпуске Comedy Club Павел Воля под смех зала рассуждал о том, как изменится жизнь, если все женщины станут носить трикотажные панталоны. Бельевикам, однако, было не до смеха: на рынке белья царила паника. Оптовикам пришлось объяснять, что никакого запрета на кружевные трусы нет, что на производителях и дилерах белья высокого качества это никак не отразится. Представители экономической комиссии таможенного союза, СЭС и прочих организаций тоже не видели повода для паники, ведь все требования, в том числе и к гигроскопичности, были введены ранее в других нормативных актах (в частности, ГОСТ 31228-2004 и ГОСТ 25296-2003). Министр по вопросам технического регулирования ЕЭК прокомментировал ситуацию так: «Все требования не новые, они уже существовали. Согласно им, коллеги должны были ввозить продукцию, но при этом они сделали вид, что для них регламенты новые. Значит, надо разобраться, как раньше они ввозили продукцию».

Последствия новой сертификации

«Разбираться», однако, стали не сразу. Фактически, регламент в большей степени касался производителей и процедуры прохождения сертификации: до 1 июля 2014 года допускалось производство и обращение продукции по ранее выданным сертификатам соответствия, а вот после этого срока сертификацию нужно проходить по новым требованиям. Получив «отсрочку» до появления новых сертификатов, о проблеме просто забыли. «Запрета на кружевные трусы» оказалось недостаточно для того, чтобы бельевики задумались, каким товаром они торгуют.

Вернуться к вопросу заставили многочисленные проверки Роспотребнадзора, начавшиеся с 2016 года и продолжающиеся по сей день. Нарушителей призвали к соблюдению давно утвержденного закона, а слово-

HAMANA

Hamana Sp. z o.o.
41-500 Chorzów
ul. 3-go Maja 120/1, Польша
+48 32 745 42 49
hamana@hamana.pl
www.hamana.pl

сочетание «низкое качество» наконец перестало быть абстракцией и приняло вполне измеримые формы штрафов. Оценив риски в новых обстоятельствах, многие владельцы розничных точек стали искать для продажи бренды с сертифицированной продукцией.

Переполнение масс-сегмента

Отсутствие сертификатов, однако, не единственная проблема низкого ценового сегмента бельевого рынка. С падением покупательской способности его доля увеличивается: с одной стороны, сюда регулярно «сползают» бельевики, прежде ориентированные на middle-минус; с другой – сюда приходят новички, плохо разбирающиеся в специфике бельевых продаж и ориентирующиеся на пресловутый «потребительский спрос». Добавьте к этому полулегальные группы Вконтакте, совместные покупки и плодящиеся с ужасающей скоростью лендинги. Переполнение сегмента приводит к высокой конкуренции, принимающей формы ценовых войн и прочих «черных» методов. И без того агрессивная среда массового рынка становится еще хуже. Федеральные сети, такие как Ашан и Metro Cash-&-Carry, душат последнюю надежду на выживание в низком ценовом сегменте, предлагая широкий ассортимент дешевого белья (в Ашане можно купить комплект за 199 рублей).

Отдельного упоминания требует Али Экспресс, который за это время совершил революцию, открыв физическим лицам возможность заказывать товар напрямую из Китая, минуя перекупщиков. С недавнего времени стали появляться мини-копии этого ресурса, такие как Pandao и Joom, и нет никаких сомнений, что скоро их будет еще больше. Помимо цен и широкого ассортимента, эти компании подкованы технически и финансово, что позволяет им более тесно контактировать с покупателями (например, через приложения и глобальную рекламу по телевидению).

При этом компенсировать риски и расходы «серыми» методами становится все сложнее: контроль над финансовым и товарным оборотом с каждым годом (если не днем) становится жестче. С лета 2017 года установлен негласный контроль над оборотом средств на банковских картах Сбербанка (напоминаем, что федеральный закон «О противодействии легализации доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» позволяет блокировать карты, часто без возможности возврата средств). С 1 июля 2018 (эта дата уже становится зловещей) всех ждет установка онлайн-касс. Стоит ли говорить, что эта тенденция будет только усиливаться?

Качество - гарант успеха

Выход из сложившейся ситуации только один – нужно, пока не поздно, выйти с этого конкурентного поля. Для этого нужно перейти на товар:

А. Высокого качества
Б. Средней и средней+ ценовой категории
В. С широким размерным рядом

Вы еще можете сделать это быстро, например, купив франшизу «Татюр». Высокое качество товара позволит вам заработать лояльность среди покупательниц, переход в более высокий ценовой сегмент даст возможность зарабатывать на продажах, а широкий размерный ряд станет гарантом стабильности. Дело в том, что женское белье больших размеров намного сложнее продавать без непосредственного контакта с покупательницей, поэтому в этот сегмент не идут ни игроки масс-маркета (им просто незачем), ни интернет-ресурсы (за редким исключением). На рынке качественного белья больших размеров никогда не будет такой «резни», которая сейчас происходит в низком ценовом сегменте.

Мы начинали этот разговор в 2012-ом. Тогда было время на раздумье, тогда были разные варианты решения проблемы. В 2018-ом этого времени уже нет: сегодня, прямо сейчас – последний шанс для тех, кто все еще торгует дешевым бельем, уйти на безопасное поле, пока вас не раздавили «тяжеловесы».

Воспользуйтесь им.

Илья Томилин
топ-менеджер бельевой компании Татюр

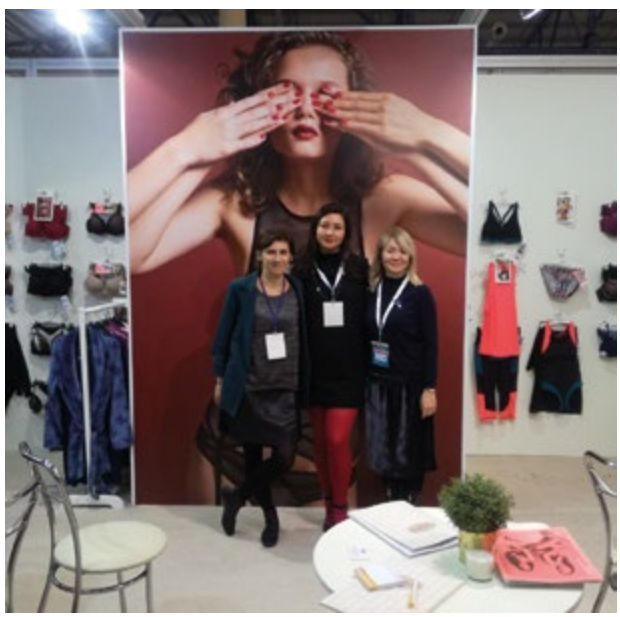
LORA·IRIS
Lora Iris
LoraIris.ua
@lorairissss
Компания «Лора Ирис»
+38(050)-576-22-20
+38(093) 520-87-03
www.lorairis.com
www.vsevajure.com
e-mail: lorairiscomercial@gmail.com

ТЕХНОЛОГИИ GISELA НА СЛУЖБЕ ЖЕНСТВЕННОСТИ

Испанская компания Gisela уже 25 лет производит корсетное белье, купальники, домашнюю и спортивную одежду. Марка широко представлена в Испании, Франции, Италии и других странах Европы. На выставке Kyiv Fashion мы встретились с Натальей Стельмах, экспорт-менеджером по Восточной Европе компании Gisela, и Майей Кучеренко (компания «Бутик Желаний», официальный дистрибьютор бренда Gisela по Южному региону Украины), чтобы узнать, как обстоят дела у испанской марки на украинском рынке и о технологических новинках, которые компания представила в этом сезоне своим клиентам.

Модное Белье: Бренд Gisela весьма активен в мире. Уже не первый раз компания принимает участие в Киевской выставке. Значит, украинский рынок важен для вас?

Наталья Стельмах: Мы работаем на украинском рынке с 2011 года, и популярность Gisela в этом регионе неуклонно растет, благодаря нашим партнерам. Бренд представляют четыре сильных дистрибьютора в Украине, которые с самого начала увидели перспективы марки и поверили в ее успех. Каждый из партнеров работает на определенной территории, регулярно посещает своих клиентов, чтобы представить новинки, поделиться актуальной информацией и узнать о тенденциях в регионе. Благодаря серьезным партнерам и магазинам, которые уже работают с нами, а также регулярному участию в Киевской выставке, бренд Gisela уже хорошо узнаваем в стране. Мы поставили самые высокие цели на ближайшие несколько лет в Украине.



Что больше всего нравится женщинам в нижнем белье Gisela?

Майя Кучеренко: Все нравится! Первое, на что покупательницы обращают внимание, это внешний вид. Затем, примерив, остаются довольны посадкой, а в процессе использования отмечают качество. С уверенностью озвучиваем реальную ситуацию: купив однажды Gisela, наши покупательницы хотят только Gisela.

Как вам удается создавать настолько привлекательные фэшн-коллекции?

Наталья Стельмах: Наш отдел дизайна тщательно отслеживает мировые модные тенденции по нескольким каналам. В первую очередь, это информация с сайта www.wgsn.com, который прогнозирует моду на два года вперед. Также нам помогают регулярный процесс кулхантинга в столицах моды, посещение различных выставок мирового значения и покупки в винтажных магазинах. На наш взгляд, комбинирование всей этой

gisela
Бренд gisela в
России и Украине:
email: office@gisela.com
+7 499 609 12 26
www.gisela.com

информации с философией Gisela и делает наш бренд уникальным. Мы держим руку на пульсе, чтобы всегда быть интересными нашим покупательницам.

Какие тенденции можно обозначить в осенне-зимнем сезоне 2018/2019?

Наталья Стельмах: В сезоне осень-зима 2018/2019 продолжают набирать обороты модели по типу бралетт, разнообразные топы в стиле «как в постели, так и на улице». Конечно, мы включили эти виды продуктов в фэшн-коллекции. В этом же сезоне мы добавили несколько новых моделей боди, которые можно носить и как одежду, и как белье. Для новогодней коллекции мы создали специальные модели: новые решения для бралетт, бюстгальтеры с силиконовыми косточками, треугольный бюстгальтер без косточек, дополнили комплекты чокерами, съемными деталями для завышенной шеи и т.д.

Новейшие технологические решения, отделка, материалы и элементы чашек являются наибольшим достоянием бренда. На Киевской ярмарке в феврале ваша космическая технология пользовалась огромным интересом. Можете ли вы объяснить, что это такое, и в какой модели можно ее найти?

Наталья Стельмах: Да, действительно, на февральских выставках и презентациях был очень большой интерес к нашей новой классической коллекции Moments 5. В линейке Moments мы всегда применяем самые современные технологии и материалы.

В новую коллекцию этого года вошла линия мягкого белья, в бюстгальтерах которой применяются чашки memory foam. Это чашки, которые помнят форму, благодаря используемому в них выоскоэластичному материалу. В таких бюстгальтерах покупательница чувствует себя максимально комфортно в течение всего дня. Вы можете найти чашки с памятью формы в моделях 1/0350, 1/0351, 1/0353.

Кроме этого, какие современные виды обработки вы используете?

Наталья Стельмах: Во многих моделях бюстгальтеров и трусов мы используем технологию бесшовной обработки края, которая называется термофьюзинг. Благодаря ей, края изделий не выделяются под обтягивающей одеждой. Подобные изделия более комфортны, чем продукты с эластичными резинками или с прошитыми краями. Современная покупательница ставит высокую планку уже не только по красоте белья, но также по комфорту и функциональности. Кроме этого, в нескольких моделях бюстгальтеров из коллекции Moments 5 мы используем новый новый ультразвуковой инструмент, который одновременно обрезает ткань и спаивает края. Это дает нам возможность создавать бюстгальтеры с более элегантными и аккуратными перемычками, так как на них нет ни единого шва. На наших тренингах мы рассказываем партнерам о новых продуктах и об используемых технологиях, что значительно повышает профессионализм рынка нижнего белья в Украине.

В чем разница между бюстгальтером пушап и моделью с эффектом пушап? Правда ли, что крой пушап пользуется все меньшей популярностью?

Наталья Стельмах: Бюстгальтеры с эффектом пушап достигают своего эффекта без встроенных подушечек, благодаря конструкции косточек и лекалу чашки, которые одновременно подталкивают грудь вверх и к центру. Бюстгальтеры пушап уже уступают место другим, менее армированным формам, например, треугольным чашкам, топам и бралеттам. Хотя, аудитория моделей пушап все еще велика.

Что такое минимайзер спины, и на каких моделях вы его используете?

Наталья Стельмах: Минимайзер представ-

PariPari Sp. z o.o., ул. Filomatów 36, 42-217 Częstochowa, Польша, тел.: +48 796 558 558, contact@paripari-lingerie.com

www.paripari-lingerie.com

ляет собой более широкий пояс с тонким слоем поролона, который скрадывает объем со спины и не врезается в тело. Мы используем такую конструкцию в артикуле 1/0119 в коллекции Basics.

Что вы предлагаете для женщин с большой грудью?

Наталья Стельмах: Мы предлагаем бюстгальтер с идеальной поддержкой груди со съемными бретелями в размерах C, D, E. Этот бюстгальтер не смещается при носке. С каждой выпускаемой коллекцией мы увеличиваем размерный ряд без потери дизайна и характерного стиля бренда.

Трусы универсального размера – это настоящая революция. Как возможно, что один размер подходит для всех женщин?

Наталья Стельмах: Благодаря ультрарастяжимой микрофибре, используемой в моделях универсального размера, мы смогли предложить одни трусы для девушек с разными размерами, от S до XL. Эта ткань хорошо растягивается и прекрасно восстанавливает свою форму.

Какая из ваших моделей наиболее популярна среди клиентов?

Майя Кучеренко: На сегодня самые популярные варианты среди наших покупательниц – это эффект пушап без пушап, модель пушап без косточки и наиболее узнаваемая наша модель – бюстгальтер полного охвата артикул 1/0320 в чашках C, D и E. Абсолютно все модели на базе этой чашки очень популярны. Женщины стали ценить в белье комфорт, и наша марка – первый помощник им в этом.

Вы отлично понимаете тенденцию атлежа. Какое место занимает спортивное белье и спортивная одежда в вашем ассортименте?

Наталья Стельмах: Мы развиваем это направление и ежегодно увеличиваем его долю в портфеле коллекций. Принципиальные технологии сосредоточены в использовании дышащих тканей и производстве удобных моделей, которые хорошо поддерживают и обладают эффектом моделирования фигуры. В то же время эти коллекции соответствуют актуальным тенденциям, так как эстетическая часть становится более значимой во время занятий спортом.

Вы недавно провели рекламную кампанию с моделями разного возраста. Какую идею хотела донести марка? Какова цель этой кампании?

Наталья Стельмах: Gisela – это женский бренд, созданный женщинами для женщин разного образа жизни, возраста и размера. Нам нравится идея общей женской вселенной.

Самым крупным вашим активом являются базовые коллекции. Чем вы удивите поклонников марки в следующем году?

Наталья Стельмах: Мы готовим высокотехническую коллекцию, которая будет служить удобству и красоте наших покупательниц. Наши продукты предоставляют необходимые решения и при этом помогают выглядеть прекрасно.

От редакции журнала желаем вам успешной работы на всех рынках мира и множество новаторских идей.

Gatta

СЕМЕЙНЫЙ БЕЛЬЕВОЙ БИЗНЕС С ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА

Десять бельевых магазинов «Русский размер», десять магазинов профессиональной косметики «Моделон», два интернет-магазина, профессиональная школа красоты, строительство склада и большие планы на будущее, в том числе открытие бельевого магазина в Москве – таков на сегодняшний день масштаб семейного бизнеса Валентины Ростовской из Хабаровска.

Знакомство с владелицей «Русского размера» состоялось при содействии Яны Витюховской (менеджера по коммуникациям Международного салона белья в Париже) в рамках новой рубрики. В каждом номере мы будем публиковать интересные интервью с самыми достойными владельцами бельевых магазинов, и в этом номере выбор пал на Валентину Ростовскую. Энергии этой неимоверно харизматичной и стильной женщины можно только позавидовать!

МБ: Как давно вы работаете в бельевом бизнесе?

Валентина Ростовская: Я родилась в городе Биробиджан на Дальнем Востоке России. В 93-м году начала торговать на рынке: белье, чулочно-носочные изделия, гобелены – во времена страшного дефицита все продавалось хорошо и быстро. Начало 90-х было, мягко говоря, непростым, мне надо было прокормить трех сыновей. И поэтому, когда на рынке меня спрашивали о скидках, я всегда отвечала, что этого сделать не могу. Если бы я давала скидки, то просто не выжила бы. Я экономист и считать умею.

Почему ваши магазины называются «Русский размер»?

Потому что в ассортименте мы отдаем предпочтение большим размерам, как для женщин, так и для мужчин. А также вплотную работаем с лучшими фабриками России.

Сколько у вас магазинов?

У нас семейный бизнес, мы работаем по двум направлениям. Сеть магазинов «Русский размер» и «Моделон». Практически все точки находятся в собственности.

Кроме этого я сейчас занимаюсь большим проектом: мы строим склад, участок под строительство занимает 23 сотки – это будет практически дворец для нас. Сдача запланирована на конец этого года. Сейчас это моя мечта, потому что есть цель собрать весь бизнес в одном месте: склады, бухгалтерию, штат сотрудников и т.д. – для оптимизации работы и быстрого принятия решений.

Сколько у вас брендов, наверное, больше 100?

Значительно больше. Одних бюстгальтеров более 50 брендов. Честно говоря, даже и не знаю точно, не считала. У нас есть все: корсетка, домашняя одежда, предпостельное белье, купальники, термобелье, носки, колготки и т.д. Если вы спросите о конкретной марке, то я точно смогу сказать, есть ли она в ассортименте. Если же чего-то у нас нет, то я сразу же вылетаю за товаром.

С ассортиментом связана достаточно показательная история: однажды я хотела уволить продавца. Подходил к концу ее трехмесячный испытательный срок, но качество работы меня категорически не устраивало: уж слишком много времени девушка проводила, уткнувшись в свой телефон. Надо было придумать, по какому критерию определить ее профнепригодность. И вот по дороге в Комсомольск-на-Амуре, за девять часов пути, у меня было время подумать. Я начала записывать все бренды корсетного белья, которые у нас на тот момент были представлены в магазине. Получилось более 50 марок. Продавец смогла назвать только три из них. Вопрос о расставании с ней был решен очень оперативно.

FiORE

easyfiore.com

БЕСПЛАТНАЯ ДОСТАВКА/ FREE DELIVERY

Вы помните, какой был самый большой чек за все время?

Однажды клиентка приобрела товаров на 73 000 рублей, три человека помогали нести пакеты до машины.

Вы делаете скидки покупателям?

Я по-прежнему верна своей тактике и никогда не делаю скидок вот уже 25 лет! Чтобы делать скидки, надо делать «накидки». Я экономист. Если клиентка берет продукцию более чем на 50 000 руб., то для этого случая у нас предусмотрены подарки. На праздники мы всегда разыгрываем сертификаты номиналом 3000 руб. и 5000 руб.

Какой маркетинговой стратегии вы придерживаетесь?

За долгие годы работы все наши магазины стали хорошо известны, но при этом мы размещаем много рекламы в городе: вывески на всех магазинах, радио, телевидение, журналы, баннеры, пилоны. К тому же «сарафанное радио» никто не отменял, и за 25 лет нас уже прекрасно знают.

Вы посещаете бельевые выставки: Lingerie, CPM, Текстильлегпром?

Я обязательно посещаю все бельевые выставки. Кроме того, я езжу на фабрики к поставщикам, с которыми работаю. Интернет все-таки не дает ощущения персонального общения. Я всегда на чеку, отслеживаю новые бренды и компании.

Есть ли у Вас любимые марки и бренды?

Особенно хотела бы отметить компанию «Новое время» и ее руководителя Романа, а также швейную фабрику «Chersasport». Очень внимательно к нам относится Елена из «Dea Fiori», компания «Экватор», мы также дружим с замечательно семейной компанией «Bikinitop».

Вы берете себе новые марки? К вам могут обращаться производители и дистрибьюторы напрямую?

Да, всегда! Но есть золотое правило: если беру новую марку, то обязательно убираю старую. Когда еду в Москву по работе, всегда сообщаю партнерам о своем визите, и меня встречают. Общаемся со старыми друзьями, знакомимся с новыми брендами.

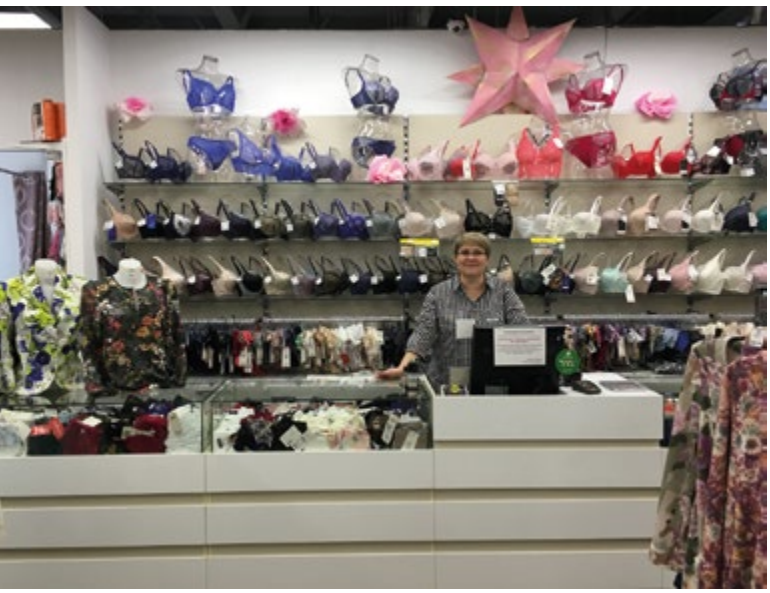
В «Русском размере» весьма разнообразный ассортимент. И мне лично не понятно, как у вас уживаются настолько разные марки: например, «Черемушки» (Россия, цена в розницу 1000 руб. за бюстгальтер) и, допустим, купальник SunFlair (Германия, цена в розницу 7000 руб. за штуку). Это же совсем разный ценовой сегмент!

С «Черёмушками» мы работаем уже 25 лет, с самого начала, кроме того, мы их эксклюзивный представитель. Самый дорогой бренд у нас – это белье ULLA (Германия). Тем не менее, мы стараемся распределять ассортимент по всем магазинам с учетом различных факторов: расположение, площадь магазина, маркетинговые исследования и т.д. На каждый товар у нас есть свой покупатель. Я стараюсь сделать так, чтобы в моих магазинах было все.

Сколько сотрудников работает в вашей сети? Часто ли обновляются кадры?

У нас около 100 человек в штате, и к нам не попасть. С сотрудниками мы расстаемся, если только я сама по-

lama.com.pl / biuro@lama.com.pl



прошу уйти. Сотрудников принимаю лично, плотно работаю с каждым из них. Мои сыновья занимаются технической стороной, Интернетом.

Сколько получают ваши продавцы? Какой оклад и процент с продаж?

Продавцы получают только процент от выручки. Оклада нет. При этом я не вмешиваюсь в их режим, график, смену – они все организовывают сами.

Как часто Вы посещаете свои магазины?

Я живу в Хабаровске и навещаю свои магазины каждый день. Сотрудники мне рады, мы с ними прекрасно общаемся, говорим «о погоде, о природе», они мне рассказывают, что нового происходит – у меня продавцы от Бога!

Какой средний возраст ваших сотрудников?

Возраст разный. Например, одному из продавцов 68 лет, есть сотрудники, которые работают со мной 23 года. Раньше коллектив в целом был моложе, но сейчас «подросли» по возрасту. Считаю, что возраст не имеет значения, главное, чтобы было желание работать.

Продавцы в ваших магазинах носят униформу?

У продавцов одинаковые футболки и бейджики.

Какое белье носите и любите лично Вы?

Мой фаворит «Ze Bra» – это латвийская марка.

А какие бренды из вашего ассортимента наиболее любимы покупателями?

На первом месте по популярности стоит продукция из Польши, марки Kris line, Gaia и др. Затем идет белье SERMIJA (Литва), Emmi (трикотаж российского производства), Glora (Латвия), Трибуна (Россия).

Какой цвет сегодня самый популярный?

Серебристый пион с розовым оттенком.

Как у вас продается домашняя одежда?

Домашнюю одежду продаем тонной. На первом месте по популярности стоит Emmi (это просто сказка!), так же продаем Красную Зарю, Лори, Cleo, Миа-Миа.

Что требует нынешний клиент?

Безусловно, внимания.

Как Вы считаете, рынок перенасыщен, или чего-то не хватает?

Убеждена, что всегда можно найти свою нишу, свою изюминку, свою марку. Например, мы первыми лет 20 назад перестали убирать купальники зимой, и теперь за два месяца – февраль и март – купальники у нас раскупаются как горячие пирожки.

Как выглядит Ваш рабочий день?

Бывает, я могу не спать всю ночь. Обычно в 5-30 уже на ногах. С вечера планирую свой следующий день. Летом к профессиональной деятельности добавляются дачные хлопоты: рассада в огороде, ее полив. Обязательно хожу с сыновьями на футбол, хоккей, посещаю фитнес-центр Word class.

От себя хочу добавить, что за два часа нашей беседы эта миниатюрная женщина с космической энергией и чувством юмора Фаины Раневской («Цены реальные: чтобы скинуть – надо накинуть», «Все деньги на языке, со стен ты их не снимешь») производит совершенно необыкновенное впечатление: умная, сильная, гостеприимная – она легко вовлекает собеседника в свою орбиту. Валентина Ростовская обладает редким сочетанием деловой хватки и житейской мудрости: о таких говорят, что она продаст снег зимой, но при этом по-женски чуткая и заботливая, которая всегда помнит о своих сотрудниках и близких людях.

Беседу вела Наталия Сажина

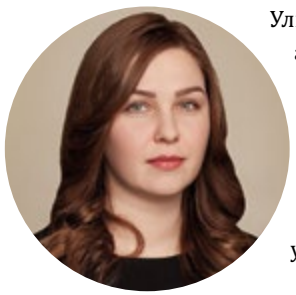
ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР В РОССИИ
КОМПАНИЯ ВИШКОПТ, VISHCOPT.RU
МОСКВА, 1-Й НАГАТИНСКИЙ ПР-Д, Д.2
+7 (495) 215-213-6 ZAKAZ@VISHCOPT.RU

ВИШК·ОПТ
КРАСИВОЕ БЕЛЬЕ ОПТОМ

РЕЦЕПТ УСПЕШНОГО МАГАЗИНА ОТ КОМПАНИИ DIMANCHE LINGERIE

С ростом конкуренции и падением покупательской способности россиян столкнулись все. Компания Dimanche lingerie, официальный представитель итальянского бельевого холдинга Dimanche lingerie S.r.l., не исключение. Борьба за покупателя превратилась в жесткую маркетинговую войну.

Специалисты по развитию и планированию компании Dimanche lingerie провели серьезное исследование рынка и выявили следующее: акции, скидки, распродажи, листовки, дисконтные карты больше не работают. Искушенного потребителя сейчас сложно чем-то удивить. Возникает вопрос, как создать реально полезный сервис, который навсегда «привяжет» к вам клиентов?



Любовь Румянцева, брендменеджер Dimanche lingerie S.r.l. в России

Решение есть! Измените стандарты обслуживания.

Покупатели с удовольствием возвращаются только в те магазины, где они получили впечатления и эмоции, ради которых хочется прийти вновь. Просто ходить за покупками скучно! Поэтому запоминающийся сервис – это когда и ассортимент, и интерьер, и, главное, поведение персонала превосходит ожидания самого требовательного покупателя!

Компания Dimanche lingerie с 2010 года активно развивает франчайзинговую сеть под брендами Dimanche lingerie и Rosa Selvatica. На основании собранных данных от франчайзинговой сети, которая сегодня насчитывает 37 магазинов по всей России, и проведенных исследований специалисты пришли к выводу, что качественный сервис – это главное оружие в борьбе за клиента.

Как? Начните сначала.

Продавцы, даже если они заняты, должны приветствовать каждого вошедшего простой фразой: "Добрый день!" Уже на этом этапе формируется представление о магазине и его сотрудниках, покупатель для себя определяет, можно ли доверять продавцу.

Обязателен положительный настрой и улыбка, сопровождающая приветствие покупателя.

Улыбка – это проявление искренней радости, а не отработка стандартов. Да и как не радоваться, когда вам приносят зарплату…

Правильное начало беседы – это половина успеха и последующей продажи. Поэтому выход прост: либо действительно стараться помочь покупателю, либо изучать нестандартные варианты вхождения в беседу.

Как заработать деньги на обслуживании клиентов?

Не во всех компаниях понимают, что обслуживание клиентов – это, по сути, продажи. Почему? Да потому, что хорошее обслуживание заставит клиента приходить к вам чаще и покупать у вас больше.

Качество обслуживания – новый стандарт, по которому клиенты судят о качестве продукта.

Качество обслуживания должно присутствовать во всем. Не только в начале беседы с клиентом, но и в процессе обслуживания. Забота, вежливость и учтивость, проявленные по отношению к покупателю, вернутся к продавцу в виде увеличения продаж и среднего чека.

Сервис – это главное конкурентное преимущество на современном рынке. При этом для компании обучение сотрудников стандартам обслуживания совершенно ничего не стоит! Вам не нужно тратить бюджет на дорогих коучей и тренеров, заказывать строгий регламент по стандартам обслуживания. Достаточно взять модель поведения и работы самого успешного продавца и добавить общепринятые требования этикета.

Корректно разработанные стандарты обслуживания покупателей должны существовать и в каждой крупной компании, и в небольшой торговой точке. Однако

не забывайте, что четкое исполнение стандартов возможно только при контроле действий торгового персонала, что встречается довольно редко.

Зачем это нужно?

Функции сервиса состоят в том, чтобы привлечь новых покупателей и как можно крепче «привязать» уже существующих. То есть главная задача – это беспрестанная поддержка и развитие клиентской базы вашей фирмы.

У вас есть ключевые фразы для разговора с клиентом?

Строгого шаблона здесь нет. Опытный продавец всегда действует по ситуации: наблюдает за настроением клиента, его поведением, жестами. Разговор с клиентом – это всегда импровизация, актерская игра. Новичку начать беседу всегда сложно, некоторым даже требуются длительные тренировки. Для таких случаев есть два варианта развития событий. Первый и самый простой – провести красочную и искрометную презентацию своего товара. В данном случае необходимо любить тот товар, который продаешь, и знать все его нюансы. Второй вариант сложнее и потребует знания техники продаж и работы с возражениями, так как начинается сразу с выявления потребности. И в этой ситуации очень важно уметь задавать правильные вопросы и искренне пытаться помочь клиенту.

Что сейчас работает, а что раздражает покупателя?

Главный помощник продавца – это улыбка и искренность. Только так можно вызвать доверие у клиента, которое, по моему глубокому убеждению, играет решающую роль в продажах. С клиентом нужно выстраивать личные отношения как с подругой, коллегой или родственником. Необходимо избегать шаблонного сце-

нария «покупатель-продавец», так как практически у всех клиентов был неудачный опыт общения с продавцами, и подобный формальный подход мгновенно отталкивает клиента. Многие просто разворачиваются и уходят из магазинов. Звучит смешно, но это правда. Работает только индивидуальный подход!

Акции, скидки, распродажи, листовки, дисконтные карты больше не работают? Их не стоит использовать и применять?

Применять стоит, но с другим подходом. Все это работает на поток или, говоря языком профессионалов, на привлечение новых клиентов и расширение клиентской базы. Такие мероприятия созданы для того, чтобы заманить клиента в магазин. И, к сожалению, ничего нового маркетологи пока не придумали. Как поменять подход? Начните с анализа конкретной торговой точки: введите статистику для промо-мероприятий; отслеживайте их результативность, пробуйте разные акции, спрашивайте мнение покупателей. Подстраивайтесь под вашу аудиторию, придумывайте что-то новое и необычное.

- Когда разговариваешь с людьми, чаще улыбайся. Люди это любят.
- Умей внимательно слушать человека и старайся перевести разговор на тему о нем самом.
- Как можно скорее найди в разговоре тему, которая ему близка и интересна.

Есть ли у вас данные о том, сколько раз в год женщина покупает себе белье?

В России со статистикой дела обстоят плохо, страна большая и в каждом регионе складывается своя ситуация. Все данные по этому вопросу можно получить только из зарубежных источников. Могу сказать по своему опыту работы в бельевой индустрии, что есть два типа клиентов: любители новинок и фанаты распродаж. Те, кто охотятся за новинками, покупают белье раз в 2-3 месяца, а иногда и каждый месяц. Такие клиенты, как правило, находят свою любимую марку и начинают ее коллекционировать, скупая все. Фанаты распродаж покупают белье два раза в год, в редких случаях четыре, когда добавляются межсезонные распродажи. Но могут совершать хорошие покупки, выбирая не один комплект, а сразу несколько.

Приобретение белья – это эмоциональная или необходимая покупка?

С позиции клиента возможны оба варианта. Все зависит от конкретной ситуации и пола клиента. С позиции продавца покупку можно рассматривать как жизненно необходимую и максимально эмоциональную. Сделать покупку неизбежной сможет только эмоциональный продавец, который любит свой товар и своего покупателя. Просто рассказать про плюсы приобретенного товара и убедить клиента, что ваша продукция ему необходима, сейчас недостаточно. Нужно хвалить своего клиента, его хороший вкус и радоваться вместе с ним его покупке. Это гарантия успеха, так как клиент запомнит именно заряд положительных эмоций, полученных в вашем салоне, и захочет прийти еще.

А часто ли в женский бельевой магазин заходят мужчины?

Не часто, а жаль! Мужчины очень стесняются заходить в магазины женского белья даже со своими женами и девушками. Потом такая ситуация приводит к мучительному поиску подарков на праздники, сложному подбору размера и формы белья. Милые наши мужчины, будьте смелее, не стесняйтесь, приходите за бельем не только в канун Нового года и Международного женского дня. Женщины так любят украшать себя, чаще дарите вашим избранницам изысканное белье, балуйте своих любимых. Опытные консультанты в салонах всегда помогут, поддержат и подберут изумительный подарок.

Можете выделить самые востребованные модели бюстгальтера?

Боюсь, что это сделать невозможно, так как российский рынок огромен, и в каждом регионе есть свои предпочтения. Кроме того, холдинг Dimanche lingerie S.r.l. в производстве использует собственные разработки и запатентованные чашки бюстгальтеров, каждая из которых имеет свое название. Технологи и дизайнеры холдинга разработали более 60-ти чашек, от модных бескаркасных моделей бралетт до бюстгальтеров-трансформеров. Бренды Dimanche lingerie и Rosa Selvatica представляют модели для каждого типа фигуры. Чашки бюстгальтеров в коллекциях подобраны таким образом, чтобы подчеркнуть красоту и индивидуальность каждой женщины, независимо от особенностей фигуры. Как видите, это очень сложный вопрос, на который не получится ответить однозначно.

Дарите ли вы подарки клиентам, и как это влияет на их лояльность?

Конечно, да! И это одно из преимуществ работы с компанией Dimanche lingerie. Нашим новым партнерам мы дарим брендированные POS-материалы: каталоги, плакаты, календари, вешалки и сувенирную продукцию. Для участников франчайзинговой сети Dimanche lingerie два раза в год изготавливаются рекламные баннеры. При необходимости мы готовы поддержать партнера индивидуальным проектом!

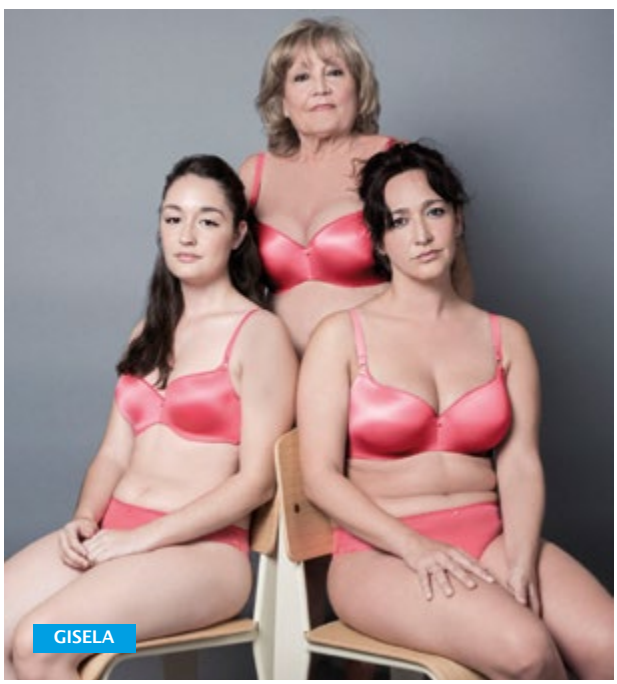
Успех всегда сопутствует тем компаниям, где клиентов обслуживают живые и приветливые люди, поэтому необязательно снижать цены, чтобы добиться удовлетворения покупателей. Просто улучшите обслуживание!

Dimanche
lingerie
Производитель:
Dimanche lingerie S.R.L.
Via Tazio Nuvolari,
6 Misano Adriatico (RN) CAP 47843
tel./fax: +39-093-118-3299
www.dimanchelingerie.it
Официальный представитель в России:
Оптовая компания Dimanche lingerie
г. Москва, м. Дмитровская,
ул. Новодмитровская, д. 5А, стр. 2
тел.: 8-800-333-60-32, +7(495)287-73-90
hello@dimanche.company
www.dimanche.company

«БАБУШКИ» В СТРОЮ, ИЛИ ВОЗВРАЩЕНИЕ ЗАБЫТОГО ПОКОЛЕНИЯ

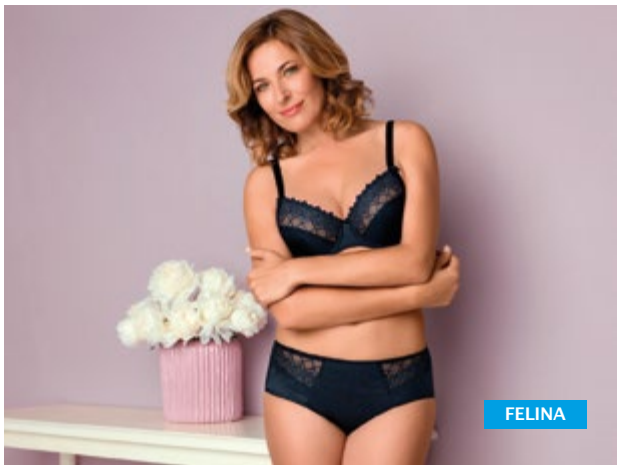
«Elastic Generation: The Female Edit» – британский отчет о стиле жизни и отношении к ней женщин в возрасте от 53 до 72 лет, созданный агентством The Innovation Group. Эта возрастная группа неслучайно стала предметом заинтересованности ученых и специалистов в области маркетинга. Оказывается, мы стали жить не только дольше, но и лучше, причем как с физической, так и психической точки зрения. Поэтому процент участия этой возрастной группы в разных видах деятельности, в том числе и потребительской, неуклонно растет.

Отчет касается представительниц прекрасного пола, которые представляют собой особую группу клиентов. Это женщины в возрасте более пятидесяти лет, радующиеся жизни и желающие пользоваться ею на все сто. Они прекрасно знают, что им нужно, располагают средствами, которые готовы обменять на блага, приносящие удовольствие. Исследование комментирует Мэри Стэффорд, директор The Innovation Group на европейском рынке. Она объясняет, что последний отчет – это новый, свежий взгляд на жизнь современных пятидесятилетних, шестидесятилетних и даже семидесятилетних женщин: «Поколение беби-бума ломает стереотипы, относящиеся к людям, которых до сих пор считали пожилыми. Женщины в этой группе определенно не ощущают себя такими, поэтому их называют представительницами «эластичного поколения». Они очень активны и заняты во многих сферах жизни. Часто продолжают работать, занимаются общественной деятельностью, заботятся о семье и нередко оказывают финансовую поддержку младшему поколению.


GISELA

Мэри Стэффорт также уточняет, что определение «эластичная» в названии группы было дано, чтобы подчеркнуть ее гибкость, понимаемую, как совокупность жизненных сил, большого общественного потенциала и потрясающей способности испытывать радость от жизни. Все это явно противоречит общепринятым канонам и общественным рамкам, в которые ранее были загнаны люди старше пятидесяти лет. Одним из таких стереотипов является «неяркий бежевый», который на протяжении многих лет ассоциировался с бесформенными свитерами для «бабушек» от 50-ти до 150-ти лет. Современные супербабушки определенно отказываются идентифицировать себя с таким стилем. И в данном случае речь идет не об узкой группе экстравагантных дам, а о почти 90% британок после пятидесяти. Все это, безусловно, разрушает миф о том, что только молодые диктуют стиль и определяют тенденции.

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ БЕЛЬЯ P.W. «SOLO» KRZYSZTOF FABIJAŃSKI
Польша, ул. Mełgiewska 74, 20-950 Lublin, тел./факс: (+48 81) 746 58 33; 746 06 90; 745 00 85, e-mail: solo@solo.com.pl
интернет магазин: www.solo.com.pl



Женщины старше двадцати лет реагируют почти аллергически на помещение их в рамки «пожилых», которые не просто выбились из основной жизненной колеи, но и вообще ни в чем не разбираются и ничего не знают о современном мире. Несмотря на то, что они не были детьми эпохи компьютеризации, им не чужды современные технологии, многие из них обожают айфоны и планшеты так же, как и подростки, которые «рождаются со смартфоном в руке». Такое отношение к поколению 50+, это ни что иное, как дискриминация по возрасту. В Западной Европе, США, Канаде и Австралии уже много лет назад обратили внимание на это, и теперь отказ в найме на работу шестидесятилетнего человека считается недопустимым. Зато в Центральной и Восточной Европе все еще ищут «двадцатилетних с опытом работы». Для британок и француженок такое отношение является не только противоправным и неприемлемым, но и просто дурным тоном. Это нечто больше, чем политкорректность. Там термин «эйджизм» вообще встречается, наверное, только в научных работах и каких-нибудь социальных исследованиях.
Женщины «эластичного» поколения возмущены и тем, как к ним относятся рекламодатели. Они жалуются на то, что на них вообще никто не обращает внимания, поскольку основная масса рекламной продукции адресована молодежи. Можно подумать, что в определенном возрасте человек просто перестает существовать. Слава богу, есть исключения из этого правила: крупные косметические марки смело делают ставки на зрелую молодость, а их посланницами становятся Хэлен Миррен и Сьюзан Сарандон, которые представляют марку L'Oréal; Шарлотта Рэмплинг, рекламирующая Nars; Изабелла Росселлини, являющаяся лицом Lancôme. Даже на подиумах можно встретить семидесятилетних манекенщиц, сделавших позднюю карьеру. Это, например, суперстильные и стройные Мэй Маск и Линда Родин.
Женщинам надоело обращение к ним свысока и приклеивание ярлыков. По телевизору в Центральной и Восточной Европе семидесятилетняя женщина чаше всего рекламирует кардиологические препараты или биодобавки для здоровых суставов, либо выступает в роли сиделки для внуков. Чтобы разрушить этот стереотип, необходимы чуткость и восприимчивость или же примеры из собственного окружения. Возможно, те маркетологи, которые сами относятся к поколению эластичных, понимают эту проблему лучше, возможно, у них есть знакомые люди старше семидесяти, и они с ними дружат или просто любят их – ведь возраст не имеет к этим чувствам никакого отношения. Однозначно одно: чтобы избежать пренебрежения к некоторым слоям общества, нужно самому разбираться в проблеме. Так, например, поступает марка Look Fabulous Forever, которая под снимком пятидесятилетней (а то и старше) женщины разместила надпись: «Разве похоже на то, что мне нужен лестничный подъемник?»
В то время, когда большинство марок делает ставку на молодость и ретуширование старческих симптомов, White Hot Hair, марка, созданная британкой Джейн Мейлд, подчеркивает красоту седых волос. В эту же тенденцию, хотя и несколько иначе, вписывается Marks & Spencer со своей кампанией Spend It Well, показывая женщин разного возраста, которые считают, что реализованная жизнь – это сумма событий и переживаний, благодаря которым ты становишься единственным и неповторимым. А поскольку количество событий и переживаний увеличивается с возрастом, растет и наша исключительность. Здорово, правда?
Сегодня появляется все больше марок, которые начинают замечать изменения отношения к жизни – как самих умудренных опытом, но молодых духом, людей, так и подхода к ним остальной части общества. «Тыкать в паспорт» становится все менее популярной тенденцией, а эйджизм попадает в черный список. Еще только формирующийся новый взгляд на вещи не имеет собственного имени. Некоторые называют его «антиэйджинг», но все еще непонятно, что бы это значило: борьба с морщинами или принятие их как нечто само собой разумеющееся. Некоторые марки одежды, например, Winser London, Hope Fashion или COS вовремя оценили момент и подчеркивают, что создают свои вещи для женщин любого возраста. По их следам идут представители других отраслей. В конце концов, все поняли, что женщин после климакса тоже интересуют интимные отношения, они хотят получать от этого удовольствие, у них есть свои потребности, и именно представительницы этой возрастной группы зачастую становятся авторитетом для младших. Все чаще женщины принимают решение стать матерью в зрелом возрасте.
Вопреки расхожему мнению, именно у них, «девчонок» 50+ есть и идеи, и сила. Лично я в этом абсолютно убеждена!

Зофия Важинска
53-летняя мама трехмесячной Маи

КОРСЕТНОЕ БЕЛЬЕ
ДОМАШНЯЯ ОДЕЖДА
КУПАЛЬНИКИ
ОДЕЖДА ДЛЯ СПОРТА

FOR EVERY BODY - KRIS LINE COLLECTION

Kris LINE Lingerie

since 1992

ДОМАШНЯЯ ОДЕЖДА
ПИЖАМЫ
ХАЛАТЫ
СОРОЧКИ
ПЕНЬЮАРЫ

Komilfo
COMME IL FAUT

Официальный представитель в России — компания Moda&Style
г.Москва, ул. Складочная, д. 1, стр. 10
Тел.: 8-499-322-37-60
e-mail:opt@post.modastyle.info
www.mstyle.pro www.modastyle.info

БУДУЩЕЕ ТОРГОВЛИ С ЖЕНСКИМ ЛИЦОМ

О том, что о женщинах-клиентках необходимо заботиться, все знают давно. Более 70% решений о приобретении той или иной вещи принимают женщины. Причем это относится и к тем областям, которые традиционно считаются чисто мужскими, например, выбор машины или мужской одежды. Сложность заключается в правильном понимании клиенток и, как следствие, изменении коммуникации с ними. Какие они, современные женщины? Что им нужно? О чем мечтают?

Согласно мнению экспертов, сегодня мы имеем дело с новым имиджем женщин, впервые формируемым ими самими, а не мужскими представлениями о них и их потребностях. Все это ставит новые задачи перед производителями, как при создании продукции, так и в осуществлении маркетинговой коммуникации с целевой аудиторией. Хорошим примером является несоответствующая реальности оценка женщин, достигших пятидесятилетнего возраста. Сегодня более 60% женщин этой возрастной группы пользуются Интернетом, являются иконами стиля и даже звездами Инстаграм. Им далеко до традиционного образа бабушки, сидящей дома с внуками.

Часто проблемы продвижения появляются, когда реализация, пусть даже правильной, стратегии далека от идеала. Например, марка в рекламе предлагает толковую преселекцию товара, исключительные ощущения, связанные с покупкой, и идеальную посадку, но когда мы входим в магазин, то он, скорее, напоминает музей, и очарование, связанное с предвкушением чуда, сразу же исчезает. Каковы потребности современных женщин-клиенток? На что они прежде всего обращают внимание при входе в магазин? Оказывается, существует несколько точек соприкосновения, которые при правильном использовании, позволяют найти путь к сердцу женщины.

1 Время

Время сегодня – это самое ценное, что можно получить в подарок. Тем более что сейчас взрослыми становятся те дети, которым никогда не объясняли, что иногда приходится ждать. Как подарить нашей клиентке время? По крайне мере, это можно сделать при помощи логичной, понятной выкладки товара в бутике или хорошей системы навигации в интернет-магазине, в котором легко найти нужные вещи. Интересной идеей являются находящиеся еще в зачаточном состоянии системы бельевой подписки. На основании предоставленной информации вы получаете персонализированные комплекты белья, которые можно или купить, или отправить обратно. Удачная «посылка по подписке» экономит время, которое нужно было бы посвятить выбору и процессу покупки.

2 Советы

В стране изобилия и свободного выбора многим из нас необходимы толковые советы. Женщины ценят профессиональную помощь в процессе принятия решения, благодаря которой можно произвести предварительную отборку товара, ограничиваясь несколькими вариантами. И это не обязательно только совет обслуживающего персонала. Это могут быть и визуальные подсказки, например, понятные иконки, представляющие типы бюстгальтеров, и то, как они моделируют грудь или сочетаются с конкретной одеждой.

3 Е-клиентка

Благодаря возможностям, которые предоставляет Интернет, клиентки сегодня стали более требовательными. Торговля 4.0, связанная с развитием сети и цифровизацией общества, создала совершенно новые потребности. Все внимание посвящается не товару, а

Любовь в каждой строчке...

Полная информация о коллекции Conte Lingerie на сайте Conte.by
Легко начать работать! Зарегистрируйтесь на ConteB2B.com

élégant Conte
LINGERIE

клиентке, которая хочет реализовать свои потребности, тратя на это как можно меньше времени и сил. Беспроблемный возврат товара и бесплатная доставка – это только некоторые аспекты тенденции. Кроме этого требуется постоянная готовность общения по телефону, электронной почте или в чате. Изменяются также и требования к способу обслуживания. Положительно воспринимается и обстановка в магазине, больше напоминающая место для беседы, а не для продажи, которая совершается как бы невзначай.

4 Клиентка-эксперт

Современные женщины привыкли сами принимать решения, основываясь на грамотной информации. Поэтому им нужен не просто совет, а объяснение. Марки, которые делятся своими секретами с клиентками, ценятся выше, и считается, что им можно доверять. При этом они улучшают ощущение влиятельности. Женщины-потребители, которые становятся экспертами в какой-либо области, например, в бра-фиттинге, с удовольствием дают советы другим, помогая маркам рекомендациями или записями в блогах, посвященных конкретной продукции.

5 Всплывающие окна или магазины-сюрпризы

Неожиданно появляющиеся всплывающие магазины – это прекрасное средство привлечения внимания. Благодаря такой форме презентации, продажа может стать интересным, эмоциональным и забавным занятием. Еще одним нестандартным методом продажи являются приобретающие все большую популярность «бра-пати», то есть встречи (как правило, в женском обществе), на которые приглашается специалист по бра-фиттингу с отобранным ассортиментом. В спокойной домашней обстановке в кругу подруг покупка белья превращается в приятное времяпровождение.

6 Гипериндивидуализм

Массовка перестает вызывать у людей интерес. Мы хотим быть непохожими друг на друга, и сами принимаем решение о том, что и как носить. Это является существенным преимуществом для независимых

модельеров и серьезной проблемой для крупных фирм, которые также начали проявлять интерес к смелым идеям. Например, H&M предлагает платья, сшитые для конкретных людей. Специальное приложение регистрирует места, где бывает клиентка, определяет, какой стиль жизни она предпочитает и чем любит заниматься. После сбора таких сведений ей предлагается персонифицированное платье за 99 долларов. Nike позволяет вам выбрать цвет обуви, а Gucci дает возможность выбора мелкой вышивки, стразов или бусинок, которые украсят куртку или пиджак. Какие идеи гипериндивидуализма стоило бы перенести в мир белья? Например, можно предоставить выбор подвесок в зоне перемычки, которые, в зависимости от настроения, клиентка сможет отстегивать или пристегивать к бюстгальтеру.

Эксклюзивный дистрибьютор
в России
"Скамата Рус"
Москва, м. Алтуфьево,
ул. Новгородская, д. 1,
корпус Г, оф. 211,
территория Бизнес-парка
www.skamata.ru
тел. +7 (495)646 84 24
info@skamata.ru

Эксклюзивный дистрибьютор
в Украине
Компания LunaRed
ул.Зеленая 283
г.Львов
79066 Украина
+380 67 67 57 960
+380 50 37 37 960
info@lunared.ua
http://lunared.ua

ОФИЦИАЛЬНЫЕ ДИСТРИБЬЮТОРЫ В РОССИИ
«ПроБелье», г. Москва, тел.: 8-800-333-55-74, e-mail: info@probelio.ru
Дом белья «Триумф», г. Краснодар, тел.: 8-918-088-08-02, e-mail: sale@triumph-ug.ru
Торговый дом «Диалог», г. Екатеринбург, тел.: 8-343-288-70-92, e-mail: mail@dialog.com

Российский производитель трикотажных изделий SARTORIA UNO
г. Таганрог, тел.: 8-918-556-51-36, e-mail: hello@sartoria.uno, www.sartoria.uno

ТРУСЫ В СТИЛЕ «ГЛАМУР»

Трудно поверить в то, что трусы были изобретены лишь сто лет назад. Круглая дата – отличный повод для того, чтобы присмотреться внимательнее к этому незаменимому элементу любого гардероба. С каждым годом трусы приобретают все большее значение в мире моды: их форма становится все более изысканной, а в коллекциях они занимают столь же почетное место, как и другие элементы одежды.

К этому продукту обращаются молодые марки, делающие первые шаги на рынке белья. Может, это происходит потому, что пошив трусов не требует такого багажа знаний в сфере конструкции, как пошив бюстгальтера? Здесь не нужен обширный размерный ряд, ведь, по сути, достаточно всего трех размеров. Для начинающих дизайнеров это великолепный способ проверить свою креативность, фантазию и технологические умения. Поэтому не удивительно, что в последнее время покупателям предлагается огромный выбор трусов. Такие марки, как Opaak, Le Petit Trou, Superbe или Hanky Panky демонстрируют нам совершенно новые фасоны, выходящие далеко за пределы устоявшихся стандартов в мире нижнего белья. На нашем рынке настоящую революцию совершила марка Key, которая исключительно серьезно отнеслась к теме белья и ввела цветные коллекции. Key нарушила черно-белую монотонность и решила рискнуть с яркими цветами.

Возврат к прошлому

На протяжении столетий, до момента создания трусов, женщины не носили ничего под слоями юбок и платьев. Однако уже в начале XIX века стали появляться первые наряды, которые можно назвать прототипом современного нижнего белья. По сути, это были кальсоны ниже колен, иногда до щиколоток, а штанины в поясе были соединены полоской. Тогда они еще не пользовались особенной популярностью. В Англии носили панталоны или нижние штаны, которые стали непосредственной предтечей трусов, но они предназначались в основном для девочек в качестве одежды на уроках гимнастики. Лишь в период Второй империи во Франции использование трусов стало обязательным из-за того, что кринолины становились короче, чем позволяли ранее принятые нормы.

На рубеже XIX и XX веков широкие пра-трусы со складками в талии и широким поясом на пуговицах украшались оборками и кружевами. Их непременным атрибутом был разрез. Вслед за модой и укорачивающимися юбками панталоны тоже становились короче, чтобы не выглядывать из-под верхней одежды. Со временем разрезы длинных трусов стали зашивать. Настоящую революцию совершила французская фирма, производившая белье для детей и женщин. В 1918 году Этьен Вальтон, сын Пьера Вальтона, основателя фирмы, воплотил в жизнь гениальную идею: решительно сократил длинные трусы, обрезав штанины. Вместо пуговиц он использовал эластичную резинку на поясе и бедрах, а грубоватую шерсть заменил на белый хлопок. По легенде, эта идея пришла ему в голову, благодаря детскому стишку «Maman, les p´tits bateaux qui vont sur l´eau ont-ils des jambes?» («Мама, а у лодочек, что ходят по воде, есть ноги?»), от которого и произошло название фирмы Petit Bateau, то есть ма-

De Lafense®

FOREX LINGERIE
21-302 Kąkolewnica, ул. Lipowa 21, Польша
тел.: +48 83 372 28 14, e-mail: forex@of.pl
www.delafense.pl

НАШИ ДИСТРИБЬЮТОРЫ

РОССИЯ:

BIKINITOP
г. Москва, мкр. Северное Чертаново, дом 5, склад 106
ОСК «Балаклавский»
тел.: + 7 (499) 755-81-11,+7 (926) 450-88-20, +7(917) 530-91-10
www.bikinitop.ru

ООО «НОВОТЕКСТИЛЬ»
630089, г. Новосибирск, ул. Кошурникова, 53/2
тел.: 264-01-61, 264-02-21, info@varshava-nsk.ru
www.varshava-nsk.ru

УКРАИНА:

KARINA RICHI
г. Киев
тел. +38 066 222-17-01, +38 096 460-27-55
Skype: KARINA RICHI
www.karina-richi.com

ленькая лодка. Именно Вальтон создал трусы, которые сегодня являются синонимом классики: простые по крою изделия из белого хлопка с эластичным поясом, обеспечивающие комфорт и свободу.
Революционные изменения повлияли на всю моду того времени, а короткие трусы окончательно завоевали популярность в 20-х годах XX века. В 1955 году они стали практически иконой киноиндустрии, когда актриса Мэрилин Монро показала нижнее белье в сцене фильма «Зуд седьмого года», когда порыв ветра из вентиляционной шахты метро взметнул подол ее платья. Производителем этих белых хлопковых трусов была австрийская фирма Hanro, которая существует и поныне.

SUPERBE

KEY

FLASH YOU AND ME

Изобретение эластичного волокна Lycra в 1959 году стало толчком к стремительному развитию бельевой промышленности и спровоцировало настоящий бум. С той поры дизайнеры всего мира начали разрабатывать формы и расцветки трусов, меняющиеся от сезона к сезону. Трусы с высокой талией были на пике популярности в 50-ые годы, но с течением времени пояс постепенно спускался ниже талии и пупка, и в результате в 90-ые годы ведущие позиции на рынке заняли стринги.

Все выше и выше

Несколько сезонов трусы с высокой талией пытались завоевать популярность. Но лишь после того, как получили распространение брюки с высокой талией (так называемые «мамины джинсы»), появилась возможность носить и соответствующее нижнее белье. Подобные фасоны позволяют подчеркнуть одну из самых привлекательных зон женского тела. Несомненно, многие женщины рады возвращению высокой линии талии, поскольку данная модель идеально соответствует анатомии и отлично смотрится с платьями. Кроме того, они моделируют силуэт, делают живот плоским и в целом успешно скрывают недостатки фигуры. Их фасон отражает характер женщины и является символом силы, решительности и уверенности. Сегодня белье с высокой талией наконец-то появилось в версии «элегант» и стало важным элементом при создании гламурного образа. Фасон претерпевает впечатляющую эволюцию. Появляются вставки из прозрачных материалов (тюль, сетка), используются контрастные виды трикотажа, обилие кружев, велюр, люрекс, детали из шелка и других тканей с блестящей поверхностью. Особый шик придают фантазийные шнуровки и соблазнительные застежки. Дизайнеры используют оригинальные решения в области талии: двойные тесемки, декоративные резиновые полоски и геометрические вырезы. Не забывают модельеры и про складки, контрастную кайму и оборки. В этом разнообразии важную роль играют тщательность выработки и мягкие, комфортные материалы. Многие марки экспериментируют, предлагая ассиметричные ажурные трусы или трактуя эти изделия как элемент одежды, который можно подбирать в зависимости от обстоятельств.
Трусы становятся самостоятельным предметом гардероба, а не просто частью комплекта с бюстгальтером или пеньюаром. В 2018 году на подиумах царят ретро-фасоны в стиле 50-х годов, благодаря чему можно выбирать из множества восхитительных и необычайно обольстительных моделей. Трусы предлагаются отдельно от бюстгальтеров. Кончается время тирании готовых комплектов – женщины сами хотят создавать свой гардероб и сочетать элементы, подчеркивая независимость своего выбора. Клиенткам придется по душе процесс моделирования фигуры в зависимости от личных предпочтений, настроения и целей, которые они хотят достичь.

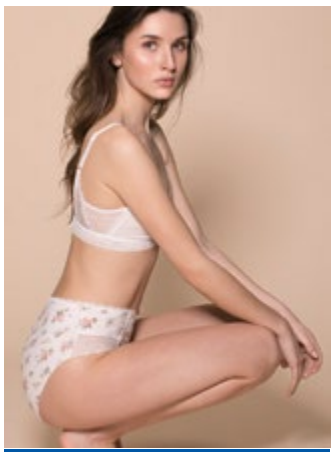
МД

Gabriella® CALZE & COLLANT

new - in love collection

www.gabriella.com.pl

Трусы с высокой талией

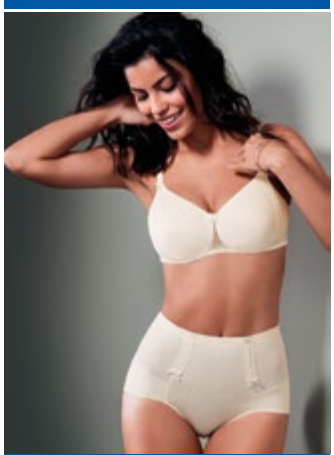

LAMA

ANABEL ARTO

UNIKAT

JASMINE

PARAH


ANITA

DIMANCHE

LE VERNIS

HAMANA

GISELA

EMILI

WADIMA

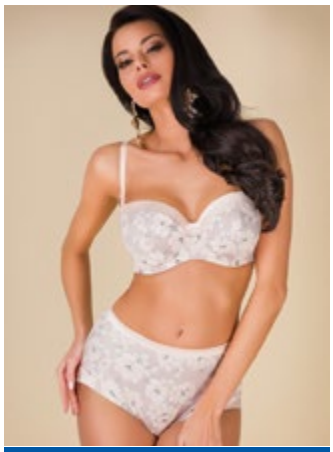
Новая версия традиционного фасона

KEY

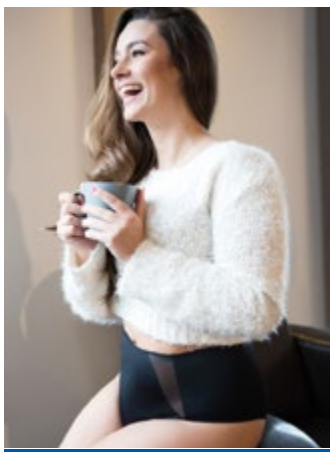
Трусы, которые еще недавно называли «бабушкиными», сегодня становятся одним из самых любимых фасонов! И в этом нет ничего удивительного, ведь наши бабушки прекрасны, а такие трусы исключительно женственны и весьма удобны.

Марка Key внимательно прислушивается к потребностям клиенток, и поэтому в 2017 году ее разработчики вернулись к проектированию и созданию трусов с высокой талией, так называемых «полных бикини». Раньше этот фасон имел высоту 25 см и достаточно открытые бедра и ягодицы, но в связи с потребностями рынка фирма удлинила трусы до 30 см так, чтобы они доходили до талии. Сегодняшняя версия LPF (Lady Pants Full) в коллекции Key имеет более широкую хлопчатобумажную ластовицу и удлиненную боковую часть, закрывающую бедра. Модель изготовлена из 95% хлопчатобумажной ткани с 5% добавкой эластана. Спереди изделие украшено кружевом. Изменилась и резинка, которая стала более широкой. С внутренней стороны ее покрыли пушком, благодаря чему она лучше прилегает к телу и обеспечивает хорошую поддержку. Трусы выпускаются двух базовых цветов, черного и белого, вне зависимости от сезона. Кроме того, на осенне-зимний сезон Key разработала трусы с высокой талией, украшенные узором, соответствующим стилю коллекции.

AVA


ALLES

MONA


JULIMEX

We love COLORS of nature

key

www.key.com.pl
www.facebook.com/keyunderwear/
www.facebook.com/key.ukraina/

БЕЛЬЕ. ЧТО НОВОГО?

В КАКОМ НАПРАВЛЕНИИ ДВИЖЕТСЯ НАША ОТРАСЛЬ? ЧТО СТАНЕТ ГОРЯЧЕЙ ТЕМОЙ ПОСЛЕ БРАЛЕТТОВ? КАКИЕ ФАСОНЫ, ФОРМЫ И ЦВЕТА ПРИВЛЕКУТ НАШЕ ВНИМАНИЕ? НА ЭТИ И ДРУГИЕ ВОПРОСЫ НА МЕЖДУНАРОДНОМ САЛОНЕ БЕЛЬЯ В ПАРИЖЕ ОТВЕТИЛА ДЖЕННИФЕР ВИГАМ (CONCEPTS PARIS). СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ ЧИТАТЕЛЕЙ НАШЕГО ЖУРНАЛА МЫ ВЫДЕЛИЛИ ВАЖНЕЙШИЕ ТЕНДЕНЦИИ МОДЫ 2018 И 2019 ГОДА.

1

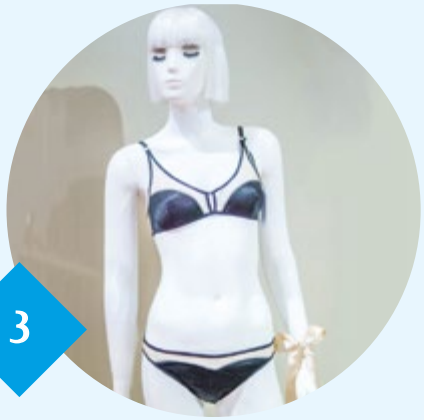
ТРИУМФАЛЬНОЕ ВОЗВРАЩЕНИЕ ЦВЕТОВ И УЗОРОВ

Современная женщина делает ставку на уникальность. Она не слепо следует моде, а просто играет с ней, относится к ней как к хобби, обожает смешивать рисунки и принты. Женщина не хочет, чтобы кто-то говорил ей, что и когда надевать. Ей нравится сочетать, казалось бы, несочетаемое. Внимание! Приближается время эклектической аккумуляции! Кимоно и пижамные брюки выходят на улицу. Цветные рисунки все чаще появляются на бюстгальтерах, а марки ночного белья задают лайфстайл. Вторичное использование вещей наконец-то входит в моду. Например, создательница марки Silvester переделывает старые винтажные шали в пижамные брюки. В белье все чаще появляются смелые цвета, поскольку именно они вызывают самый большой интерес у современных клиенток.

2

ПЕРЕОЦЕНКА ЦЕННОСТЕЙ

Новая концепция базовой и повседневной одежды приобретает все большую популярность. Сегодня в эту группу входят уже не гладкие жесткие бюстгальтеры, а мягкие бралетты и модели без косточек. Украшенные неброскими декоративными элементами, они представляют собой красивую и оригинальную версию базы. Во главе угла – натуральные материалы, хлопок и добавки из шелка. Смысл заключается в том, чтобы добавить нотку «секси» словно мимоходом, не прилагая к этому никаких усилий. При этом истинной роскошью является удобство, а не бижутерия. Именно в этом направлении работают французская марка Chantelle с коллекцией изысканных бюстгальтеров без косточек, и дизайнеры Adina Rey и Maison Lejaby, создающие чувственные гарнитуры белья. Прекрасной поддержкой для новой концепции является развитие технологий и использование их для обеспечения комфорта.



3

ВЛИЯНИЕ СПОРТА

Хотя некоторые и пророчат упадок тенденции атлежа (проникновения спортивной одежды в сегмент одежды для дома), она все же успела внести свежую нотку в бельевой сектор. Все чаще модельеры соединяют материалы, предназначенные для изготовления спортивной одежды, с кружевами, создавая стиль, который можно назвать спортивно-романтичным или даже спортивно-обольстительным. Стираются грани между тем, что должно быть спрятано и открыто. Особенно это заметно в ночном белье, которое, благодаря спортивному характеру, уже сложно отличить от домашней и казуальной одежды. В коллекциях появляются брюки и юбки в качестве возможных элементов многослойного костюма. В белье возвращаются блестящие материалы и люрекс, а спортивные бюстгальтеры становятся легче, при этом сохраняется функция стабилизация груди. Именно это направление сегодня является базовой и удобной одеждой на каждый день, а не только уместной для занятий в спортзале.

4

СИЛА – ЭТО СЕКСИ!

Бельевая отрасль начинает замечать новую волну феминизма, а женский голос отчетливо слышен по всему миру. Идея ясна: мы сильные и независимые! И таким же становится наше белье – смелым и выделяющим нас из толпы. То есть нас ждет еще больше полосок, прозрачных элементов и вообще белья, созданного для того, чтобы доставлять удовольствие женщинам, а не их партнерам. Примером такой марки является британская Bluebella. Несколько агрессивная панковская стилистика и все более крупные отверстия в кружеве на фоне многослойности – таковы основные черты белья этой марки.

5

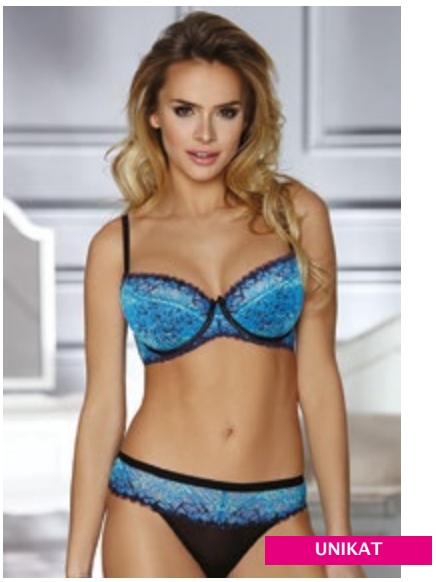
ИЗ ЛЮБВИ К БЕЛЬЮ

На противоположном полюсе – ностальгия по классике и нежному кружевному белью. Отсюда и стремление создать будуарный стиль и перевести его на современный язык. Сорочки, высокие трусы, атлас и огромное количество кружева. Бралетты и другие традиционные фасоны реконструируются, будто кто-то разложил их на компоненты и снова сшил совершенно иначе. Асимметрия придает свежесть традиционным моделям. Возврат к классике означает также интерес к скромной, скрытой чувственности: неглубоким вырезам, высоким трусам, а также боди с длинными рукавами.

6

САМЫЕ СТРАННЫЕ ФАНТАЗИИ

Это в некотором роде протест против преобладания спортивных форм и минималистических фасонов. Вызов, позволяющий развернуться фантазии без ограничений формы, стиля и аксессуаров. Это проекты в духе визионеров высокой моды, таких, как Джон Гальяно или Жан-Поль Готье – орнаментальные, богато украшенные и величественные. Идеальным цветом для комплектов является зеленый – самый сексапильный бельевой цвет сегодня, хотя, возможно, и не самый популярный.



Matilda
Обольстительный полужесткий бюстгальтер в современном исполнении. Чашки украшены изысканным кружевом синих оттенков и сатиновой тесьмой. Свежий молодежный стиль, модные материалы и цвета. Линейку дополняют классические и фантазийные слипы, а также мягкий бюстгальтер.

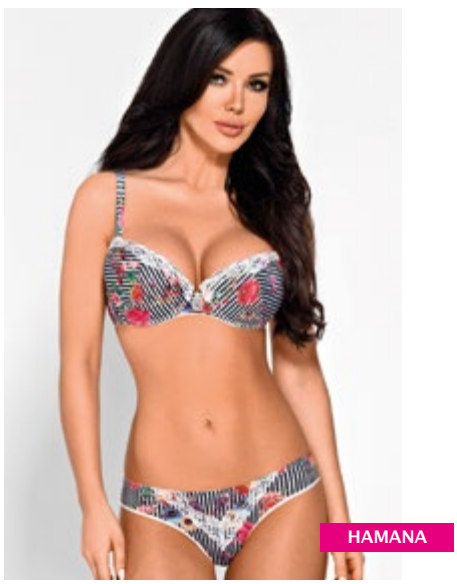
Night Blue
Бюстгальтер супер-пушап без косточек особенно хорошо подходит для обладательниц небольшой груди. Бесшовная модель с термически формованными чашками и несниматемой вкладкой гарантирует мгновенный вау-эффект! Максимально увеличивает объем груди и обеспечивает надежную поддержку.

Бескаркасный бюстгальтер на каркасной ленте одновременно обеспечит и комфорт, и отличную посадку.

НОВИНКИ НОВИНКИ НОВИНКИ

Jasmine
Модель для кормящих матерей с отстегивающимися чашками. Красивый мягкий бюстгальтер гарантирует комфорт и удобство в период, когда грудь нуждается в особом уходе.

Madera
Модель K420 – это настоящий амарантовый шедевр. Роскошный бюстгальтер из тонкого кружева с мягкой чашкой на каркасной поддержке. Конструкторская новинка с идеальной посадкой и поддержкой необычного цвета летнего сезона 2018. Чашки C-J.



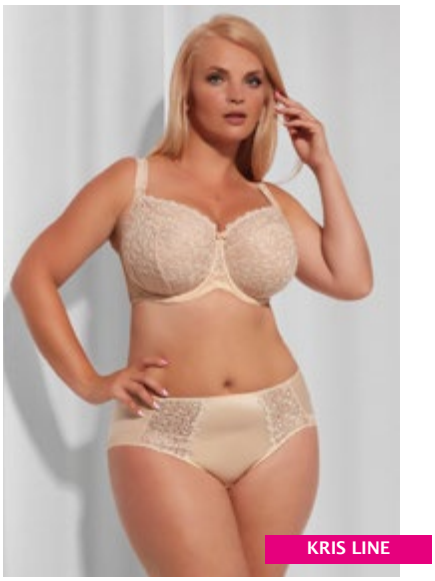
Gretty
Модель супер-пушап. Благодаря особой конструкции двойной чашки, грудь зрительно увеличивается и приобретает красивую форму. Бюстгальтер приподнимает молочные железы и сдвигает их к середине. В комплекте предлагаются трусы и стринги.

VIKI

LAMA

Nina
Новая модель 583 – это полумягкий бюстгальтер. Этот фасон производитель выпускает впервые. Более жесткая нижняя часть чашки гарантирует груди идеальную поддержку. Современный пенополиуретан абсорбирует влагу, не добавляя при этом груди чрезмерного объема. Конструкция тестировалась в течение нескольких месяцев. Предлагаемые цвета: белый, бежевый и графитовый. Размеры: 75-95 с чашками C-I.

Мягкие, исключительно комфортные бюстгальтеры типа бралетт из высококачественного хлопка и кружева с использованием эластичной, стабилизирующей резинки под грудью или косточек, предотвращающих скручивание ткани. Идеальное решение для каждой девушки и женщины, ценящей моду. Предлагается на выбор романтичное сочетание рисунка в цветочек с нежным кружевом или однотонные модели в пастельных тонах. Изделия можно носить практически в любое время года.

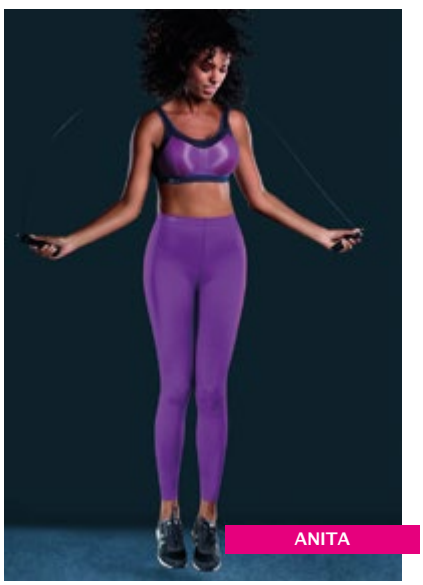


Betty
Бюстгальтеры с закрытыми чашками, полностью покрывающими молочные железы. Благодаря пластинам в боковых частях, грудь собирается к середине, что помогает скрыть несовершенства подмышечной зоны. Модель выпускается белого, молочного, бежевого и черного цветов, размер чашки от D до O, обхват под грудью – 60-115 см.

Bogu BD 013
Изделие выполнено из высококачественных материалов семейства B-Natural, которые идеально прилегают к коже, моделируют силуэт и при этом устойчивы к ультрафиолету и растяжению. Верхняя часть модели – это мягкий бюстгальтер на косточках, который собирает грудь к центру и слегка ее приподнимает. Невозможно устоять перед очарованием нежной вышивки и теплого бежевого цвета.

Impression
Роскошная модель бюстгальтера-бандо из кружева. Чрезвычайно стильные и эротичные трусики с модной высокой линией талии создают особый шарм. Нежнейшее романтичное кружево с цветочными узорами подчеркивает грациозные формы, плавные изгибы фигуры и дарит незабываемое ощущение комфорта, умиротворения и наслаждения собственным совершенством каждый ден

Latona
Предлагается несколько фасонов модели яркого живого сапфирового цвета. На чашках – нежная изысканная вышивка с растительным мотивом. Широкий размерный ряд: чашки от B до M, обхват под грудью 65-95 см.



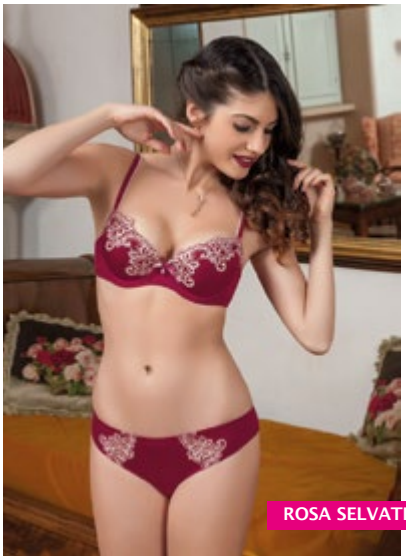
Sport tights massage
Спортивные леггинсы с функцией массажа (модель 1695) – это сочетание чистой энергии и невероятной функциональности. Благодаря специальному материалу леггинсы защищают суставы, повышают эффективность тренировки и помогают оставаться в тонусе. Выпускаются с 36 по 48 размер.

Hiszpanka
Коллекция является хитом летнего сезона. Футболка идеально подходит на теплые дни и вечера. Остальные модели также отличаются нежностью и субтильностью. Пастельные тона придают пижамам свежесть и легкость.

НОВИНКИ НОВИНКИ

MONA

Renee
Бюстгальтер с термически формованными чашками и встроенным пушапом. Дополнительный комфорт обеспечивают отстегивающиеся бретели и застежка с тремя парами петель. Это отличный вариант для женщин с небольшой грудью, которые хотят подчеркнуть линию декольте. Бюстгальтер, изготовленный из кружева и микрофибры, собирает грудь с боков и придает ей круглую форму. В комплекте предлагаются трусы-шорты, подчеркивающие линию ягодиц. Спереди центральная часть сшита из микрофибры, по бокам модель украшена чувственным кружевом, а сзади используется однотонная ткань.



ROSA SELVATICA

Marseille
Каждая модель коллекции декорирована воздушным микро-тюлем с вышивкой, выполненной двумя разными техниками. Первая – контрастная плотная вышивка крученой нитью с узором гладью в виде крупных цветов. Вторая – воздушная и практически незаметная гипюровая вышивка, которая подчеркивает основной узор и цветочные мотивы. Раскрой и раскладка элементов с узором выполняется вручную, что позволяет добиться потрясающей симметричности каждой модели.

TARO®
WWW.TARO.PL
Наши дистрибьюторы:
VISHCOPT (ВИШКОПТ)
VISHCOPT.RU
ZAKAZ@VISHCOPT.RU
МОСКВА,
1-Й НАГАТИНСКИЙ
ПРОЕЗД, Д.2
+7 (495) 215-213-6
Bikinitop
Г. МОСКВА,
МЕТРО ЧЕРТАНОВСКАЯ,
МКР. СЕВЕРНОЕ ЧЕРТАНОВО
ДОМ 5, СКЛАД 106
ОСК БАЛАКЛАВСКИЙ
BIKINITOP12@YA.RU
WWW.BIKINITOP.RU
+7 (499) 755-81-11
Приглашаем к сотрудничеству!
tel. +48/43/823 60 81
FAIR PLAY

Janella
Очаровательный комплект выполнен из переливающегося эластичного сатина черного цвета. Пеньюар необычного фасона предлагается размеров S/M и L/XL.

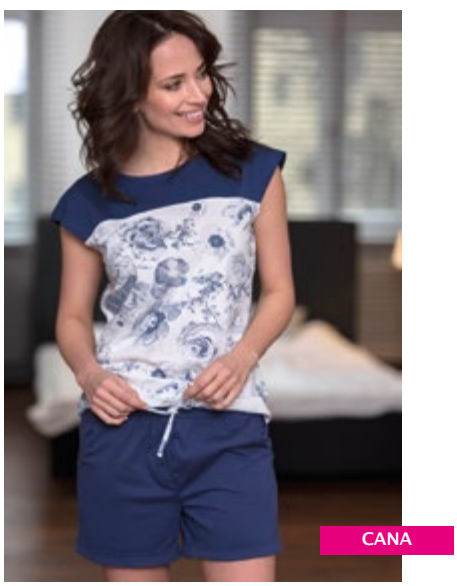
Элегантный комбинезон с длинными шароварами. Насыщенный черный цвет оптически создает впечатление более стройной фигуры. Низкая линия плеч и чувственный разрез на спине подчеркивают красоту женского тела. Узор, навеянный польским фольклором, украшен блестящими фианитами.

Flaming
Неповторимый дамский гарнитур, состоящий из футболки, брюк 7/8 и коротких шортов. Верхняя часть пижамы изготовлена из материала мягких оттенков и украшена нежным рисунком, с которым сочетается узор на брюках.

НОВИНКИ НОВИНКИ НОВИНКИ

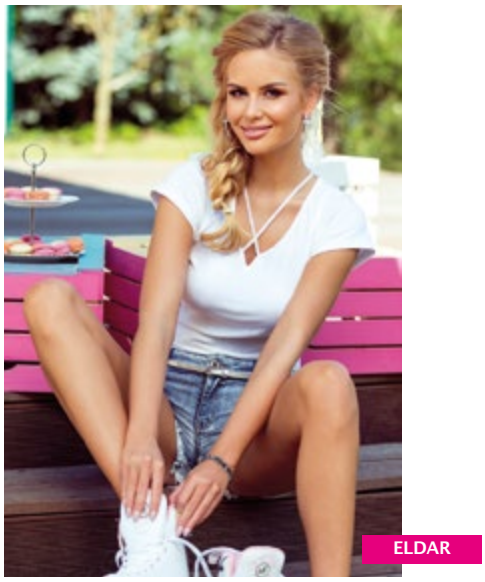
Kira
Настоящий бестселлер весенне-летнего сезона 2018, в который входят шорты с графическим мотивом забавных котят и малиновая футболка. Пижама предлагается в линии Family Line, поэтому можно приобрести версию для мамы, а также для младшей и старшей дочери.

Женские вискозные пижамы и сорочки. Материал отличается уникальными качественными характеристиками: не вызывает потливости и характеризуется идеальными гипоаллергенными свойствами. Кожа в такой пижаме отлично дышит, так как материал пропускает воздух. Сочетание серого и розового оттенков придает модели элегантность.



Модель 188
Комфортная пижама с изящным цветочным принтом. Удобная и идеальная для жаркого лета. Шорты модного фасона с карманами украшены пуговками.

Боди Bijoux
Декоративные цепочки серебряного и золотого цветов придают дополнительный шарм и ощущение роскоши. Боди можно надевать как в качестве самостоятельного топа, так и под одежду. Эта модель поможет добавить в образ свежую нотку элегантной женственности. Цепочки, проглядывающие под одеждой (под пиджаком или блузкой), являются эффектным и привлекательным аксессуаром. В линейке доступны цепочки различных фасонов. Одна из них по форме напоминает бюстгальтер, поэтому боди с успехом можно использовать в качестве бикини.



Rene
Блузка из коллекции Romantica Active выполнена из высококачественного хлопка с добавлением эластана. Благодаря супермодному в этом сезоне декольте с двумя переплетенными полосками, модель отличается невероятной женственностью и чувственностью. Изделие идеально подходит как в качестве повседневной, так и вечерней одежды.

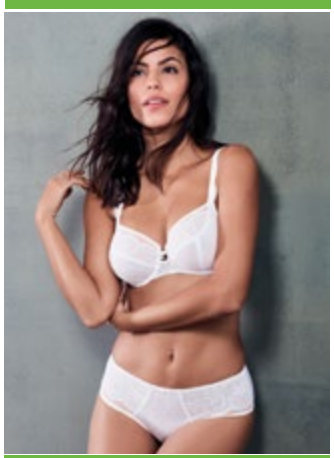
cornette®

Неуловимые, словно туман

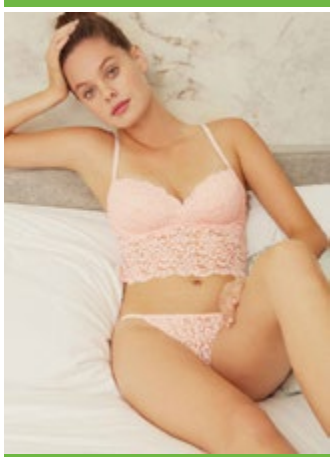
PARAH

UNIKAT

ANABEL ARTO


ANITA

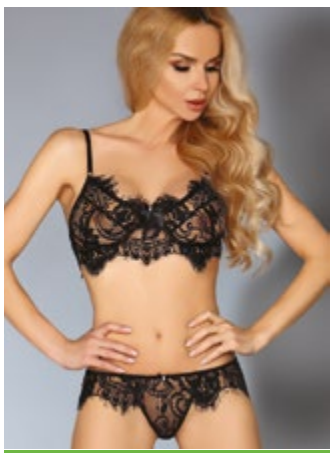
DIMANCHE

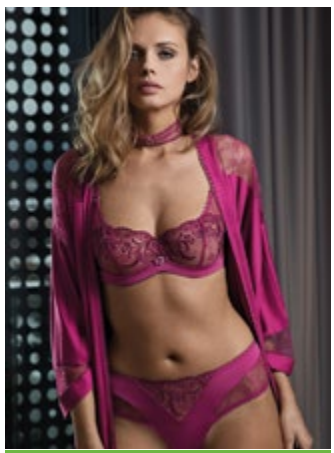

GISELA

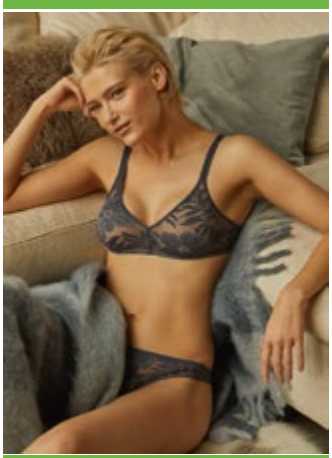
GORSENIA

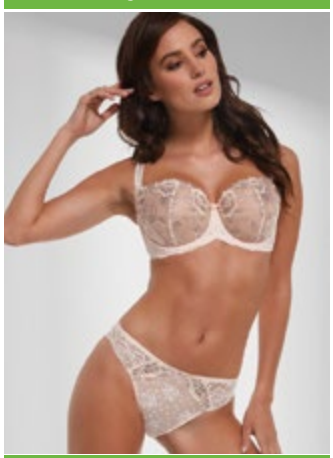
HAMANA

JASMINE


LIVIA CORSETTI FASHION


LISCA SELECTION

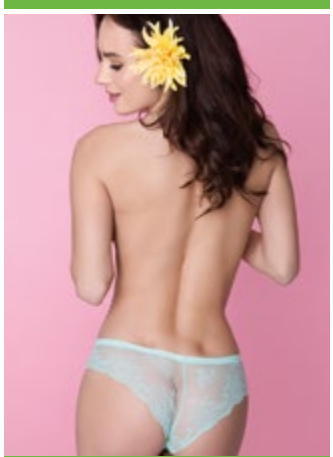

HANRO


KRIS LINE

LE VERNIS

HUIT

AVA


JULIMEX

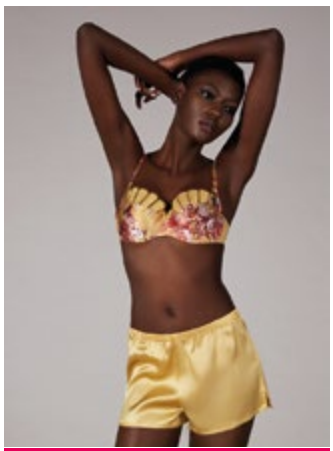
MONA

WACOAL

Цветочный сад

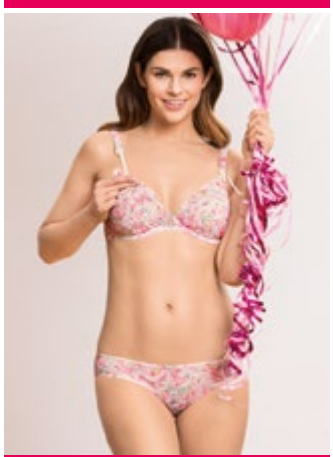
SELMARK

ALLES


PARAH

ANABEL ARTO

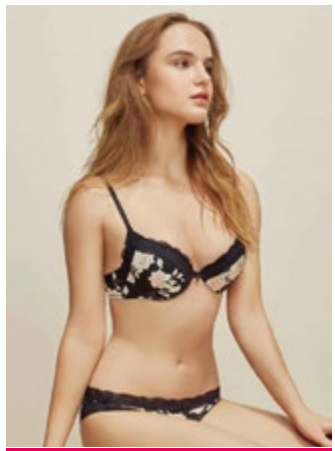
MONA


ANITA

KRIS LINE

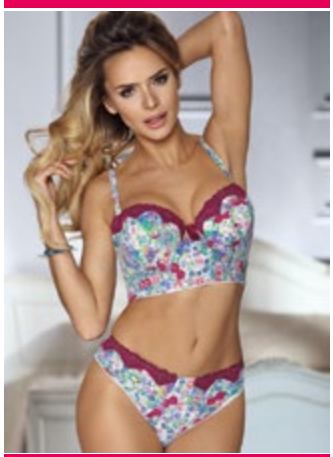
LE VERNIS

GORSENIA


GISELA

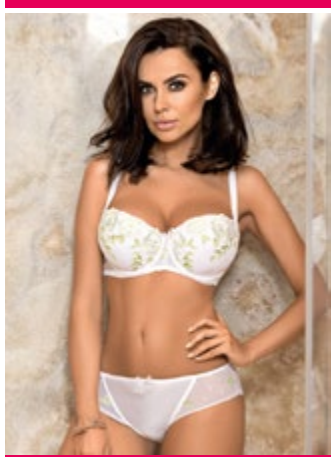
KEY

AVA

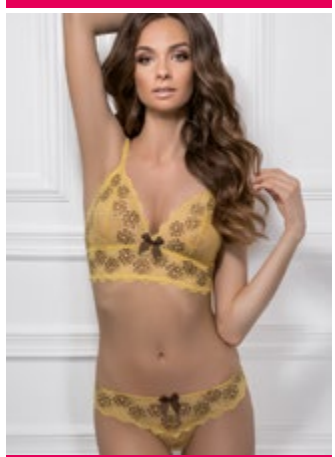

UNIKAT

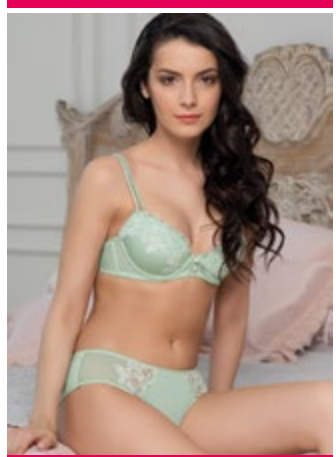
HAMANA

LIVIA CORSETTI FASHION


EWA BIEN

SAWREN


JASMINE


ROSA SELVATICA

Искусство оформления

LUNA

ANABEL ARTO

CORNETTE

EMILI

CANA

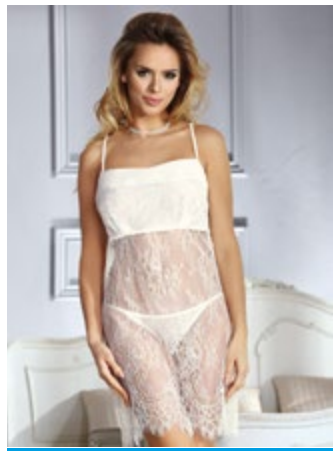
GISELA

AVA

GORSENIA

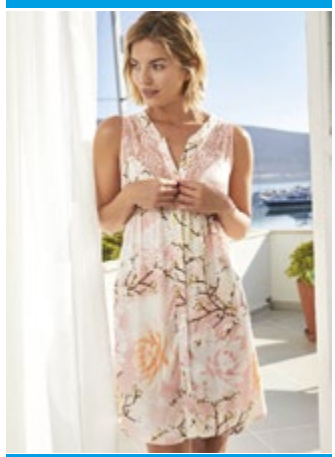
HAMANA

KEY


UNIKAT

LE VERNIS

JASMINE

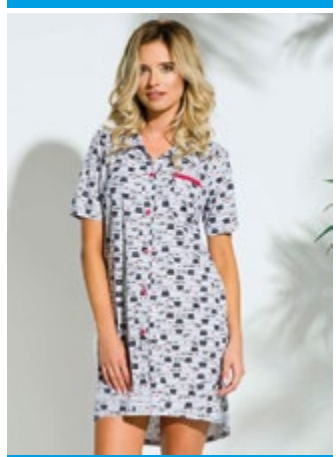

RELAX MODE

UNIKAT

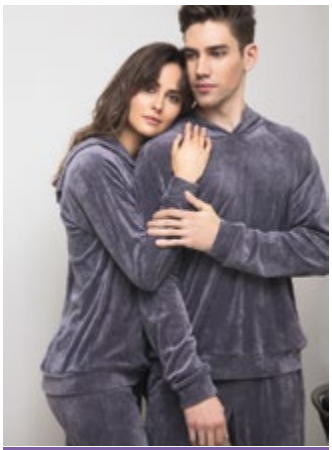
SENSIS

WADIMA

TARO


TARO

Обволакивающая мягкость

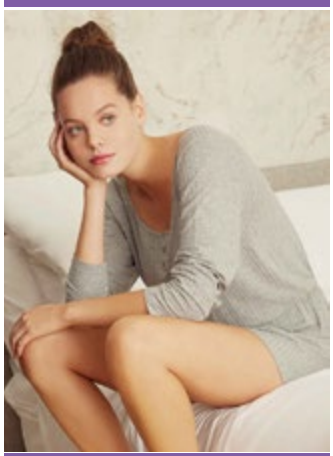

ANABEL ARTO

CANA

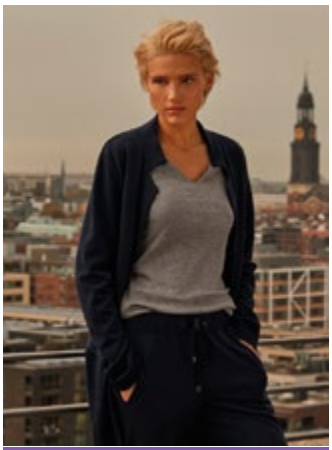
CORNETTE

EMILI

KEY


GISELA

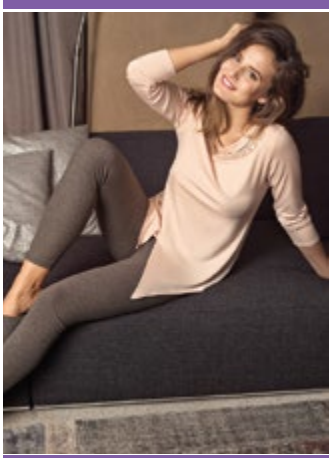
HAMANA


HANRO

KEY

KRIS LINE

LINGADORE LOUNGE


LISCA FASHION

MONA

LIVIA CORSETTI FASHION

SENSIS

TARO

TARO

UNIKAT

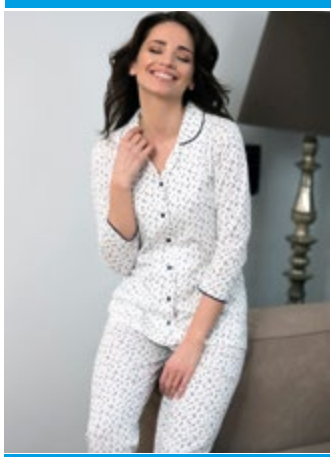
VANILLA

Пижамы в мужском стиле

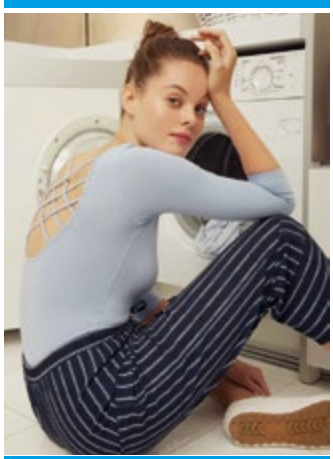
CYELL

ANABEL ARTO

BLUEBELLA


CANA

CORNETTE


GISELA

HAMANA

HANRO

KEY

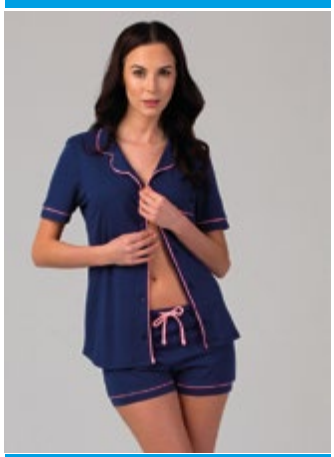
KRIS LINE

LIVIA CORSETTI FASHION

MONA

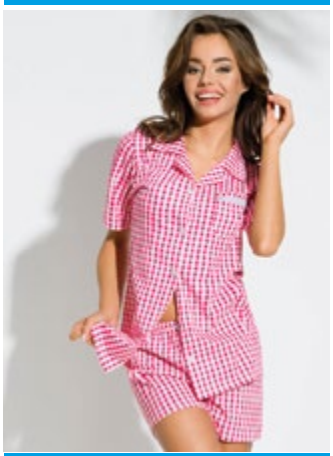
PARAH

RELAX MODE


RÖSSLI

RINGELLA

OH ZUZA

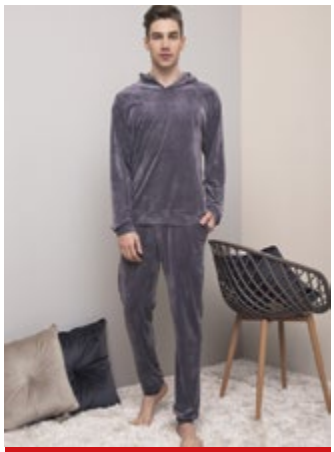

TARO

SALTEX

Мужчина в классической цветовой гамме

PARAH UOMO

WADIMA


ANABEL ARTO

CORNETTE

CORNETTE

HANRO

KEY

KEY

MONA

TARO

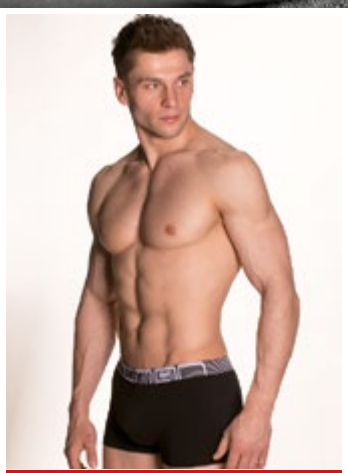
RELAX MODE

RÖSSLI

RÖSSLI

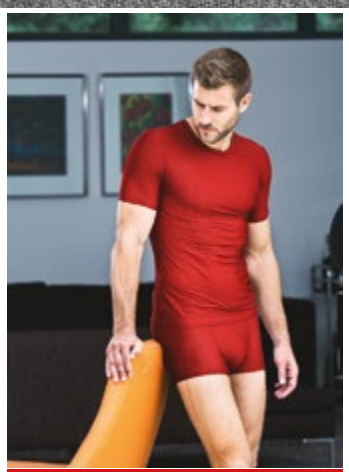
TARO

PARAH UOMO



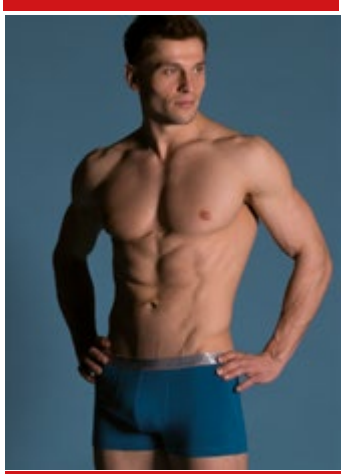
LAMA

HANRO



OLAF BENZ

UNIKAT



LAMA

MONA

OLAF BENZ

UNIKAT

FIORE

Corsa
Хотя обычно прозрачные мотивы используются для создания чего-то нежного и воздушного, данная модель как нельзя лучше подойдет для более смелого образа. Голубые носки в полоску можно надеть вместе с платьем-рубашкой такого же цвета или с любимыми джинсами и укороченной кожаной курткой.

FIORE

Weave
Современная версия классических колготок в горошек. Точки размещены в виде ромбов на однотонном фоне. Принт создан для женщин, ценящих сочетание классики и оригинального орнамента. Рекомендуем носить эту модель с высокими шпильками или удобными лодочками.

FIORE

Soft Pop
Выбираешь молодежный стиль? Тогда стоит обратить внимание на прелестные носочки с резинкой тон-в-тон. Их можно сочетать с юбкой-клеш и лодочками на высоком прямом каблуке.

STEVEN

Зверюшки
Серия детских и женских носков. Неотразимые фасоны с забавными ушками для детей и женщин. Одинаковые носки предлагаются для мам и для дочек. Детские размеры можно приобрести в красивой подарочной упаковке.

НОВИНКИ

GABRIELLA

Для фирмы Gabriella эта весна особенно богата новинками. Марка с гордостью представляет новые модели в линейке Fashion, созданной для женщин, которые следят за последними тенденциями моды. Помимо классических черных моделей, линейка включает в себя модные в этом сезоне светлые оттенки, почти незаметные на ногах, но добавляющие нотку роскоши в образ. Две новые модели в серии Art привлекают внимание принтами и неожиданными цветовыми акцентами, которые имитируют нашивки. Из новинок нельзя не упомянуть также о линейке In Love, которая позволит выбрать идеальный аксессуар для особых случаев, в том числе для важнейшего события в жизни каждой женщины.

НОВИНКИ

DUELEGS

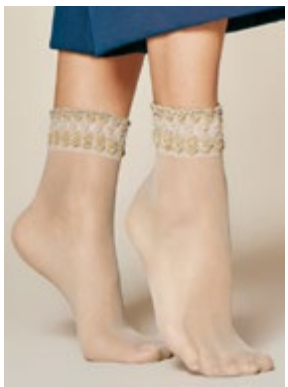
Tightings™ – это сочетание бесшовных колготок и классических леггинсов. Новая категория продуктов появилась благодаря технологической инновации: на базе пряжи Fulgar и эластичного волокна LYCRA® была создана итальянская марка Duelegs (производитель Gambetti Group). Производство осуществляется на обычных машинах для колготок, но при этом изделия можно носить как верхнюю одежду. Премьера Tightings™ состоялась в январе этого года на Международном салоне белья в Париже. На примере четырех моделей линейки Duelegs были представлены возможности пряжи Fulgar и современных технологий. Модель Bianca, созданная из пряжи Nanofibra by Fulgar, обладает замечательными термическими свойствами. Celeste на основе волокна Evo® by Fulgar отличается ультралегкостью. Rossana из EMANA® by Fulgar обеспечивает эффект натяжения, подобный кинезиотейпингу, а Viola из Q-SKIN® by Fulgar ухаживает за кожей. При этом весь ассортимент Tightings™ обеспечивает комфорт и свободу движений. Отсутствие швов на ноге и эластичная лайкра позволяют подчеркнуть силуэт женской фигуры, слегка моделируя ее там, где это необходимо.
«Для нас это важная задача, решив которую, мы смогли выйти за рамки дамских колготок и чулок и начали осваивать сферу одежды для спорта, которая в последние годы находится на этапе бурного роста. В течение двух лет мы были сосредоточены на исследованиях и развитии. В качестве партнера для этого непростого проекта мы выбрали фирму Fulgar, которая обеспечивает наше производство инновационной пряжей. Мы уверены, что данная новинка произведет сенсацию на рынке чулочных изделий, уже долгое время переживающем стагнацию», – убежден Вильям Гамбетти, генеральный директор Gambetti Group. Алан Гароси, руководитель отдела маркетинга в Fulgar, добавляет: «Мы рады принимать участие в этом проекте. Tightings™ – это следующий этап эволюции колготок. Благодаря внешнему виду, то, что раньше было просто аксессуаром, стало полноценной одеждой. Это лучшее решение потребностей всех женщин».

Steven
Производитель колготок и носков
Подчеркни свой стиль!
Носки из люрекса
P.P.H.U. STEVEN 99-400 Łowicz, ul. Strzelecka 13 tel.: +48 504 237 403
e-mail: handlowy@steven.pl www.sklepsteven.pl www.steven.pl

Носки на лето

ANABEL ARTO

FIORE


FIORE

GABRIELLA

GABRIELLA

GABRIELLA

FIORE

FIORE

GATTA

GATTA

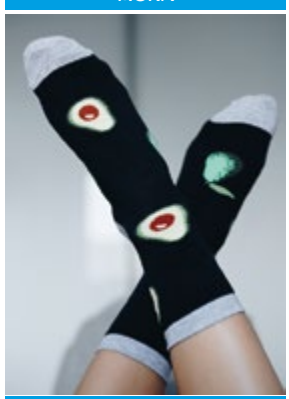
MONA

MONA

FIORE

PANTHERELLA

PANTHERELLA


STEVEN

STEVEN

STEVEN

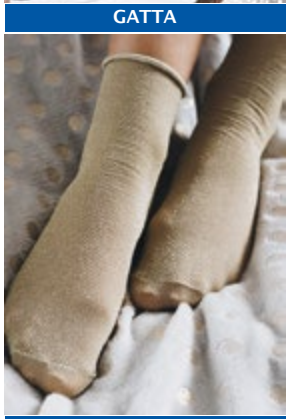
Усыпанные блестками

FIORE

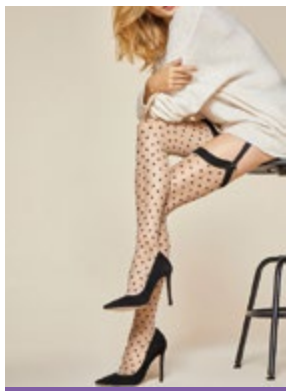
GABRIELLA

GATTA

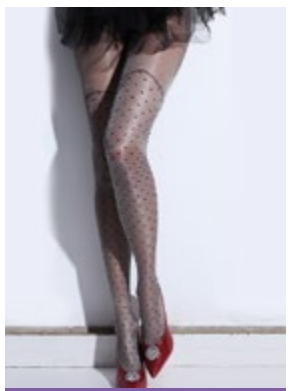
MONA


STEVEN

STEVEN


FIORE

GABRIELLA


KNITTEX

GABRIELLA

GATTA

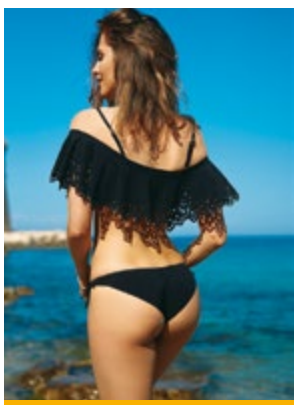
GATTA

... и мелким горошком

Авангардные решения

PARAH

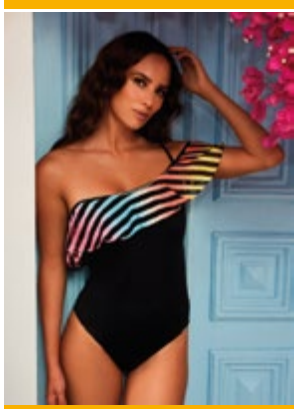
ANITA



ANABEL ARTO

KEYZI

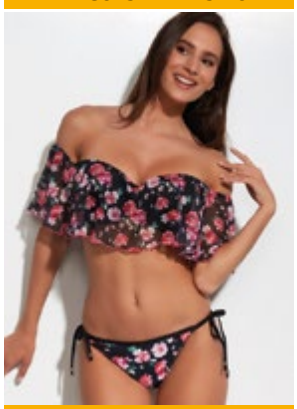
LIVIA CORSETTI FASHION



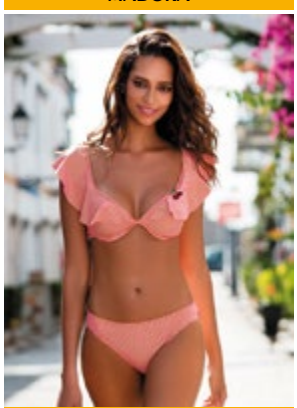
MADORA

MARYAN MEHLHORN

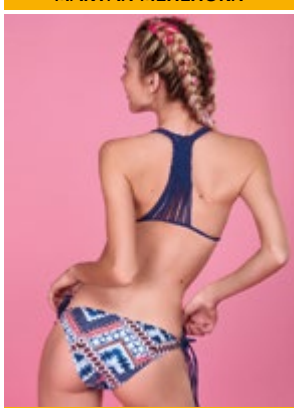
OPERA



KRIS LINE



FEBA

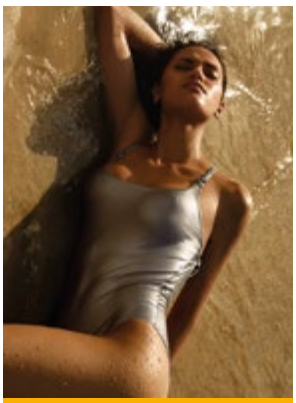


INDEFINI

AVA

ETNA

Отдых на Ривьере

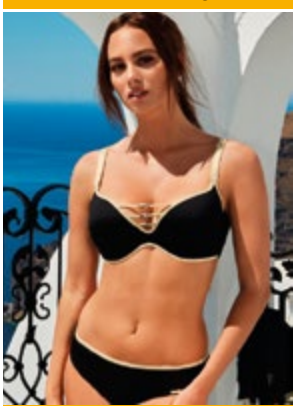

ANDRES SARDA

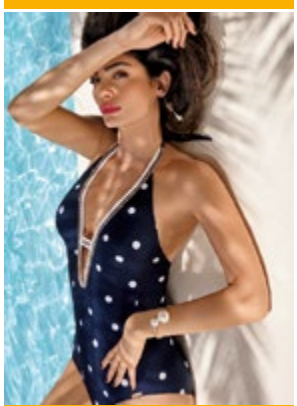
ANABEL ARTO

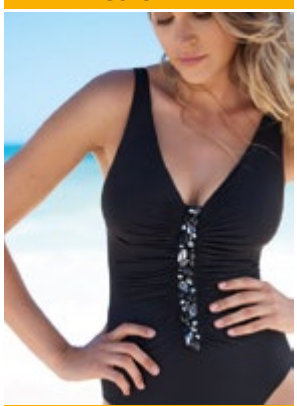
ANITA

GORSENIA

LIVIA CORSETTI FASHION


MADORA


MARYAN MEHLHORN

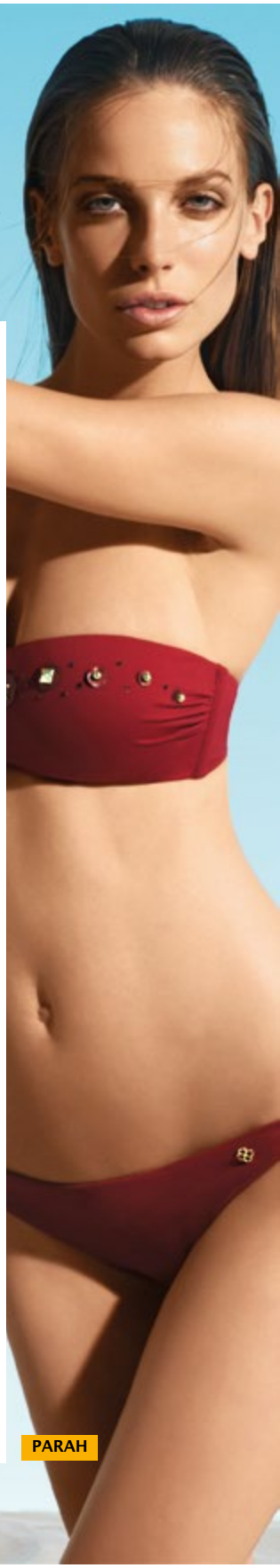

MIRACLESUIT

KEYZI

KRIS LINE

ETNA

FEBA


PARAH

Цельные купальники

UNIQUE

SWIM × LINGERIE × SPORT
BY MODE CITY

ГЛАВНОЕ × СОБЫТИЕ × ИНДУСТРИИ НИЖНЕГО БЕЛЬЯ

7, 8 & 9
ИЮЛЯ 2018

—

PORTE
DE VERSAILLES
ПАВ.4 - PARIS

Контакт : Яна Витюховская
yvityukhovskaya@eurovet.fr
Тел. +7(499) 609 25 85 / WhatsApp +33 7 85 23 49 02

www.yc.m

EUROVET

#uniquebymc18 @sil.mc.paris lingerieswimwearparis_shows

ОБРАБОТКА МАТЕРИАЛА – КЛЮЧ К УСПЕХУ

В отрасли нижнего белья особое значение имеет материал, из которого изготавливается продукция. Он должен привлекать внимание и вызывать желание прикоснуться к нему. «Четкое визуальное послание можно передать с помощью соответствующей обработки материала», – утверждает Ноэми Берто из французской фирмы Empreinte в беседе с Eurovet.

Механическая или химическая обработка меняет характер материала. Ворсование, плиссировка, каландрирование (придание ткани гладкости и блеска), создание эффекта муара (плавных полосок), набивка и тиснение, шлифовка и печать меняют внешний вид и тактильные свойства ткани. Поверхность трикотажа или ткани становится гладкой или плиссированной, матовой или блестящей, шелковистой или сатиновой. Правильно выбранные методы облагораживания позволяют существенно изменить структуру традиционных материалов, используемых для производства нижнего белья, таких, как кружево или вышивка, а также создавать имитацию, например, джинсовой ткани или кожи. Способы обработки зависят от моды, у них также есть свои тенденции. В последнее время эффект мокрой ткани, так называемый «ветлук» особенно часто используется при создании платьев, но его с успехом можно применять и в коллекциях нижнего белья. На

недавней выставке Interfilière полиамидные ткани такого типа представила фирма Giemme. Большой популярностью пользуются и другие блестящие материалы, особенно с эффектом «металлик». Повышенное внимание привлекли идеи фирмы Piave Maitex, которая представила коллекции тюля, жаккарда и трикотажа, переливающиеся золотом и серебром. Обработка не только меняет внешний вид и тактильные особенности ткани, но и делает материал более благородным, украшает его и определяет стиль конечного продукта, демонстрируя игру контрастов, декоративных или прозрачных элементов. В связи с этим различные способы обработки – не просто набор техник, а настоящее искусство, плод творческого воображения. Особенно это касается сферы нижнего белья, где часто используются материалы более деликатные, чем для обычной одежды, из-за чего процесс становится достаточно трудоемким, но в то же время увлекательным. Взять хотя бы кружево, которое нередко создается из смеси волокон с различными характери-

стиками и специфической реакцией на химические и механические процессы. И хотя теоретически нет такой задачи, которую не способны решить современные фирмы (например, на рынке доступны даже парфюмированные кружева), естественным ограничением становится цена, которую нужно будет заплатить за изделие с желаемым эффектом. Не менее серьезные проблемы возникают в случае с купальниками и функциональными аксессуарами. С точки зрения технологии, некоторую трудность представляет собой сочетание свойства быстрого высыхания и прозрачности при светлых оттенках ткани. Впрочем, функциональная обработка – это особый, впечатляющий мир непромокаемых, устойчивых к загрязнению или антибактериальных материалов. Обработанные соответствующим образом ткани гарантируют удаление влаги с тела, а благодаря микрокапсуляции, постепенно выделяемые активные вещества благотворно влияют на здоровье, обеспечивая комфорт, увлажняя и питая кожу, замедляя процессы старения. В настоящее время ведутся исследования по созданию материалов с реактивными красителями, а также внедрение в ткани электрических контуров. Похоже, в недалеком будущем появятся материалы с совершенно новыми, пока до конца неясными функциями. В наше время ключом к успеху является объединение достижений прошлого и будущего, но не стоит забывать, что больше всего клиенты ценят эстетику и комфорт.

ПЕРВЫЙ ФИРМЕННЫЙ МАГАЗИН LISCA НА УКРАИНЕ

Фирма Lisca вышла на украинский рынок меньше года назад и уже успела открыть первые пункты продажи в Киеве: фирменный магазин в торговом центре «SkyMall» и два концептуальных магазина в «Lavina Mall» и «Art Mall».

Подобное направление экспансии – вполне логичный этап развития, свидетельствующий об усилении позиций марки на украинском рынке. Стильные коллекции нижнего белья, купальников, одежды для сна, отдыха и спорта сумели завоевать сердца украинских покупательниц и надежно обосновались в их гардеробах. Благодаря расширению сети продаж и открытию новых бутиков, эта европейская марка станет еще ближе к клиентам. В украинских магазинах будут продаваться линейки Lisca Fashion, Lisca Selection и Cheek by Lisca.

САЛОН БЕЛЬЯ ВЫПЛЫВАЕТ В ОТКРЫТОЕ МОРЕ

Единственная бельевая выставка в Польше – Салон белья – в шестой раз состоялась 7 апреля 2018 года. В мероприятии принимала участие 51 фирма: польские производители и представители заграничных марок, продемонстрировавшие премьерные коллекции на осенне-зимний сезон 2018/2019.

На выставке преобладали марки, хорошо известные посетителям предыдущих Салонов, однако появились и новые участники: Ab Ovo, Agio, Alles, Aquarilla, Felina, Hamana, Kopex, Nota, Sans Complex и Wiesmann. Представленные коллекции изучали владельцы магазинов и оптовики со всех уголков Польши, а также гости из-за границы. Как всегда, на Салоне проходил показ моды. На этот раз мы попали на пиратский корабль и отправились в морское путешествие в компании официального двойника капитана Джека Воробья и членов его экипажа. Коллекции были разделены на две темы: Пение Русалки и Портовые рассказы. Модели были представлены манекенщицами с разными фигурами, чтобы подчеркнуть, что красивое белье создается для всех женщин, вне зависимости от размера и возраста. Его можно выбрать для каждой женской фигуры, просто нужно знать, как это делается. Поэтому во время проведения выставки проходили обучения брафиттингу, а также семинары по продажам.

В хорошо известную формулу отраслевой встречи организаторы всегда стараются внести нечто новое и интересное. На этот раз новостью стала зона бутиковых марок, которые предлагают авторские коллекции, адресованные клиенткам, любящим оригинальные и уникальные модели. Свои изделия в этой зоне представили Endorfinella, La Belle Epoque, Room669 и White Rvbbit. Новые участники были тепло приняты и внесли определенное разнообразие в ассортимент. Эта идея без сомнения будет иметь продолжение.

Очередной Салон белья состоится осенью, скорее всего, в начале октября. В следующем номере мы сообщим вам более подробную информацию об этом событии.

Организатором Салона является издатель журналов Modna Bielizna, Модное Белье и Modni Pradlo.

Подробности на сайте: www.salon-bielizny.com

В БУДУЩЕЕ С НАДЕЖДОЙ

Январские выставки Salon International de la Lingerie и Interfilière в Париже прошли в приподнятой деловой атмосфере. Экспоненты представили новые коллекции: самые смелые и передовые инновации – в секциях Tomorrow (проекты в сфере текстиля) и Exception (независимые марки). Порадовало большое число посетителей, особенно в первые два дня.

Организатор мероприятий, компания Eurovet, заявляет, что и впредь намерен оставаться лидером специализированных выставок нижнего белья и определять новые направления развития, обеспечивая тем самым еще более надежную поддержку своим деловым партнерам. Одним из инструментов такого взаимодействия, который позволит вывести сотрудничество с Eurovet в онлайн-пространство, является интернет-сайт The Lingerie Place (www.the-lingerie-place.com). По замыслу создателей, сайт должен стать чем-то вроде Google в мире нижнего белья – поисковиком, который поможет поставщикам и покупателям найти друг друга, как на уровне «производитель сырья/производитель белья», так и «производитель белья/магазин».

Выставка этого года прошла под девизом «Nature moves us» («Нами движет природа»). С одной стороны, эти слова подчеркивали особое внимание к окружающей среде и экологичному производству – данный тренд становится все более популярным как среди

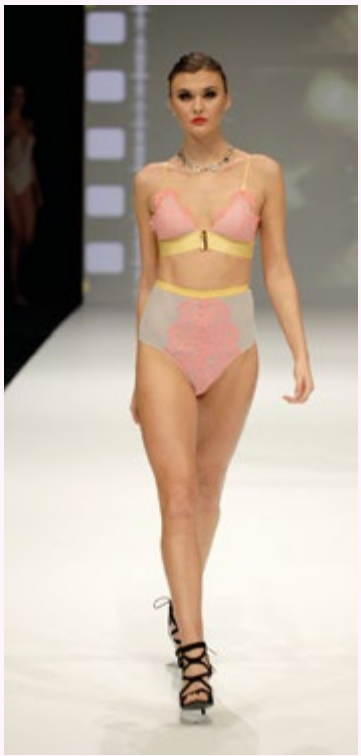
INTERFILIÈRE
PARIS
07
08
09
ИЮЛЯ
WHERE
THE BODY FASHION
MEETS
Контактное лицо: Мария Петерсон
maria.peterson@hotmail.fr
Тел. +7(919) 969 34 06
+33 6 77 28 62 55
Porte
de Versailles
Пав. 3 - Paris
@interfiliere #IFL18
www.interfiliere-paris.com
EUROVET

профессионалов, так и среди потребителей. С другой стороны, это проявление неослабевающего интереса к природе как к источнику вдохновения при создании рисунков, моделей и материалов. В качестве примера можно привести представленную в секции Tommorow ткань из водорослей. И хотя это дело далекого будущего, потенциал, технические преимущества, внешний вид, а также возможности колористики такого материала привлекли внимание исследовательских отделов крупнейших фирм.

Важным событием стало торжественное награждение победителя в номинации «Дизайнер года», которое состоялось перед первым показом «Selection», где были представлены самые интересные модели будущего сезона. Статуэтки достались международной марке Wacoal из Японии, славящейся своей инновационностью и непревзойденным качеством, и одному из лидеров рынка эластичных лент с пятидесятилетним опытом – французской компании Cheynet.

Значимость выставки подтверждает и статус приехавших вип-гостей из стран-лидеров отрасли.

Следующая выставка состоится в июле, и уже сейчас организаторы начали подготовку мероприятия. Они также предупреждают об изменении формата выставки, поскольку планируют собрать в одном месте еще больше представителей бельевой отрасли. Стоит уже сейчас отметить в календаре даты 7-9 июля и запланировать летний визит в Париж.



4–7/9/2018

CPM

BODY & BEACH

IGEDO COMPANY

EXPOCENTRE

CPM COLLECTION PREMIÈRE MOSCOW

cpm-moscow.com

12+

chewingthesun.com | photo sarah illenberger

KYIV FASHION

С 7 по 9 февраля 2018 года с большим успехом прошла выставка Kyiv Fashion.

Вэтом году она располагалась на новом месте – в киевском Международном выставочном центре. Участники и посетители остались довольны мероприятием. В большом зале разместилось больше стендов, они были интереснее оформлены, а благодаря широким проходам, посетителям было удобнее перемещаться. В связи с этим организаторы надеются, что в недалеком будущем выставка привлечет большее число зарубежных участников. В мероприятии приняло участие около 300 фирм, в том числе 57 представителей бельевой отрасли. В течение трех дней выставку посетило девять тысяч человек. Большинство из них – владельцы магазинов практически из всех регионов Украины.

5-7
сентября
2018
KYIV
FASHION
35 МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ФЕСТИВАЛЬ
МОДЫ
www.kyivfashion.kiev.ua
МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ:
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР
Украина. Киев. Броварской проспект, 15 (метро Левобережная)
КИЕВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ
КОНТРАКТОВЫЙ ЯРМАРОК
тел./факс: +38 (044) 461 93 40, +38 (044) 490 62 01
E-mail: style@kmkya.kiev.ua

LINGERIE SHOW FORUM

С 15 по 23 февраля 2018 года в Москве состоялась выставка Lingerie Show Forum.

Мероприятие было разделено на три сегмента: средний, средний-плюс и высокий. Каждый из них длился по три дня, и на каждом можно было посетить 50 стендов и познакомиться с почти 150 марками. Во время выставки проводились лекции известных специалистов, семинары и показы белья. Для посетителей было подготовлено большое количество сюрпризов, а для участников проводились отраслевые конкурсы. Lingerie Show Forum прошло в теплой дружественной атмосфере. Следующая выставка пройдет осенью, с 1 по 9 сентября 2018 года.

51

+7 (499) 490-48-80

ФЕДЕРАЛЬНАЯ ОПТОВАЯ ЯРМАРКА
ТОВАРОВ И ОБОРУДОВАНИЯ ТЕКСТИЛЬНОЙ И ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

текстильлегпром
textillegprom

МЕЖДУНАРОДНЫЙ

Салон БЕЛЬЯ

18-21.09.2018

МОСКВА, ВДНХ

Павильон 75

Зал «А»

LINGERIE SALON

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
РЛП ЯРМАРКА

+7 (499) 490-48-80

vik@legpromexpo.ru

www.legpromexpo.ru

LINGERIE&SWIM MOSCOW

Салон белья Lingerie&Swim Moscow прошел в Москве в рамках выставки CPM с 19 по 22 февраля 2018 года.

В мероприятии приняло участие более 50 фирм из 25 стран мира. 140 марок премиум-класса представили новые коллекции. На этот раз особенно разнообразным был ассортимент домашней одежды и одежды для сна. На протяжении четырех дней проходили показы и отраслевые семинары. В первый день состоялся необыкновенный спектакль под названием «Парад ритмов», а новейшие коллекции представили такие фирмы, как Eva B. Bitzer, Gattina, Skiny, Homeboy, Bugatti, Pluto On The Moon, Jolidon, Prelude, Lou, Lauma Lingerie, RCrescentni by Cotton Club, Nina von C., V.O.V.A и Zimmerli of Switzerland.

JS SP. Z O.O.
ОПТОВЫЙ ЦЕНТР

Если вы заинтересованы в сотрудничестве или желаете получить коммерческое предложение, пишите нам по адресу: taras.holodynskyi@js.com.pl, tatiana.turewicz@js.com.pl или звоните по телефону: +48 518 009 168, +48 667 666 122
www.js.com.pl, www.ehurt.js.com.pl

ПРИГЛАШАЕМ К СОТРУДНИЧЕСТВУ:
- РОЗНИЧНЫЕ МАГАЗИНЫ
- ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ
- ОПТОВЫЕ СКЛАДЫ

ПРЕДЛАГАЕМ НАШИМ КЛИЕНТАМ:
- огромный выбор товара ведущих польских и европейских производителей
- быстрое и профессиональное обслуживание
- непрерывные поставки и самые низкие цены
- возможность доступа к Интернет-складу
- скидки пропорциональные количеству заказываемого товара (учитываем скидки других поставщиков)

ДОПОЛНИТЕЛЬНО:
- оказываем визовую поддержку
- оформляем документы SAD и Tax-Free
- оказываем поддержку при пересечении границы и поставках товара

Наше предложение на сайте интернет-склада:
www.ehurt.js.com.pl

Mediolano® prestige

JS Sp. z o.o. | ul. Smoluchowskiego 1, 20-474 Lublin, тел.: +48 81 462 41 22, факс: +48 81 448 09 13 время работы: пн. - пт. 8.00 - 17.00, сб. 8.00 - 14.00, export@js.com.pl www.js.com.pl | ПОЛЬША

ВЕДУЩИЕ МАРКИ В JS:

www.js.com.pl
www.ehurt.js.com.pl

БЕЛЬЕ ОПТОМ
belconsta.ru

Belconsta®

Белье и колготки оптом по ценам производителей

www.belconsta.ru

info@belconsta.ru

8 (800) 505-95-18

Звонок бесплатный со всех телефонов РФ

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ ТОРГОВОЙ МАРКИ MILAVITSA

ARTUM

РЕГИОНАЛЬНЫЙ ОПТОВЫЙ ЦЕНТР

БЕЛЬЁ | КОЛГОТКИ | ТРИКОТАЖ

г. Челябинск, Комсомольский пр., 10/2
тел.: 8 (351) 216-11-27 (28)

- г. Магнитогорск, ул. Ленина, 89, корпус 1 (территория Обувной фабрики) тел (3519) 49-81-13, 49-81-14, artum-magnit@yandex.ru
- г. Тюмень, ул. Таврическая 9, стр 15 тел.: 8 (3452) 439 871, sorokin-alexei81@yandex.ru
- г. Пермь, шоссе Космонавтов, 11, корпус 45 (343) 207-01-04, 207-01-05, 207-01-06, perm-parma@yandex.ru
- г. Курган, ул. Омская, 101 2 этаж (территория "Альфа" базы, помещение Центра Сантехники) artumkurgan2014@mail.ru тел.: 8-904-805-55-77

БЕЛЬЕ И КОЛГОТКИ

ГЕЛИОС

ГРУППА КОМПАНИЙ

www.rosgelios.ru, e-mail: info@rosgelios.ru

Самара: (846) 205-70-70, 342-52-00, ул. Революционная, 70Д
Казань: (843) 200-80-80, 200-80-81, ул. Мартына Межлаука, 13
Саратов: (8452) 58-82-30, 64-37-96, ул. Танкистов, 15, ТЦ" Олимп"
Тольятти: (8482) 31-31-41, 31-31-40, Южное ш., 53, ТЦ "Южный", 3 этаж
Ульяновск: (8422) 35-21-63, ул. Кольцевая, 50, стр. 2

Conte-kids, Palmetta, DIWARI, Rosa Selvatica, filodoro, grandissima, VISAVIS, MONE, intimidea, VAIDE, GOLDEN LADY, Intrigo, TORRO, Dimanche Lingerie, Conte, SiSi, OMSA, MILAVITSA, PRIMAVERA, aveline, Levante

* Бесплатная доставка 2 раза в неделю
* Торговые представители в каждом городе
* Склады самообслуживания от 500-1000 м²
* Более 50 торговых марок

Профессиональная дистрибуция

СОВРЕМЕННЫЙ ОПТОВЫЙ ЦЕНТР

1000 кв. метров СВОБОДНОГО ДОСТУПА

Сибирский дом белья

БЕЛЬЕ МУЖСКОЕ, ЖЕНСКОЕ, ДЕТСКОЕ, КУПАЛЬНИКИ, ЧУЛОЧНО-НОСОЧНЫЕ ИЗДЕЛИЯ

г. Новосибирск, ул. Электрозаводская д 2 к 1, 2 этаж
тел/факс: (383) 288-07-08
e-mail: sdb2000@ngs.ru

GIEWONT самый большой оптовый склад в Польше

Giewont ®

20 лет с Вами!

* Оформляем документы SAD и TAX-FREE
* Делаем приглашения и контракт для сотрудничества
* Помощь при пересечении границы и поставках товара
* Более 500 польских торговых марок
* Обслуживание клиента на русском и украинском языке

Предлагаем 7 отделов:
- белья
- чулочно-носочный
- женская и мужская одежда
- спортивный
- детский
- одежда и аксессуары для малышей
- рекламная одежда

Контакт: Ирина Жуцидло
тел:+48/667-669-608
e-mail: giewonthurt@o2.pl, i.rzucidlo@giewont.com.pl

БЕЛЬЕ:

Kinga, LUPO, MAT, GORTEKS, WOLBOR, cornette, Ava, HENDERSON, ESOTIQ, obsesive, Alles, NIPPLEX, LEMA, eldar ELDAR, Jelimex, De Lafense, key

ЧУЛОЧНО-НОСОЧНЫЕ ИЗДЕЛИЯ:

KNITEX, Derby, GOLDEN LADY, Fiore, Gabbello, Bornpol.pl, ewon, MONA

И МНОГО ДРУГИХ ФИРМ

GIEWONT sp. z o.o, ул.Okulickiego 12, 32-222 Rzeszów/Жешув/Польша,
тел: +48/ 17 863 50 64, факс: +48/17 863 37 38, www.giewont.com.pl

Приглашаем: с понедельника по пятницу с 8.00 до 16.00,
в субботу с 8.00 до 13.00

ПРИГЛАШАЕМ К СОТРУДНИЧЕСТВУ !!!

ТД «ЮЛМАКС»
ФЕДЕРАЛЬНАЯ ОПТОВАЯ КОМПАНИЯ
официальный представитель в России
ORHIDEJA L'ANGE LINE ALBINA L
ORHIDEJA
КОРСЕТНОЕ БЕЛЬЕ
LINGERIE L'ange Line
ДОМАШНЯЯ ОДЕЖДА
Albina L LINGERIE
КОРСЕТНОЕ БЕЛЬЕ
Мы гарантируем самые лучшие цены! Доставку во все регионы России!
ЮЛМАКС-РОСТОВ-НА-ДОНУ:
Тел: +7 (863) 242-07-64
Тел: 8-909-439-10-56
E-mail: yulmax@list.ru
ЮЛМАКС-МОСКВА:
Тел: 8-977-802-76-51
Тел: 8-985-879-52-08
E-mail: yulmaxm@mail.ru
ЮЛМАКС-КРАСНОДАР:
Тел: 8-900-237-17-62
Тел: 8-918-626-31-93
E-mail: yulmax.k@gmail.com
www.tdyulmax.ru

Ad Аделанте
Центр белья и трикотажа
Более 25 популярных брендов белья и трикотажа в наличии на складе
18 лет успешного сотрудничества на рынке нижнего белья
Свыше 1000 магазинов и предпринимателей стали нашими клиентами по всей России
СПАСИБО ЗА ВАШ ВЫБОР!
ЖДЕМ ВАС СНОВА, БУДЕТ ИНТЕРЕСНО!
Екатеринбург, ул. Айвазовского, 53 В
тел.: +7 (343) 221-38-08
adelantepro.ru

МТЭКС
БЕЛЬЕ , КОЛГОТКИ НА ЮГЕ РОССИИ
• Торговые представители в каждом регионе
• Более 50 торговых марок
• Бесплатная доставка
• Гибкие цены
СЕТЬ РЕГИОНАЛЬНЫХ ОПТОВЫХ СКЛАДОВ ПО ЮГУ РОССИИ
Ставропольский край,
г. Пятигорск, ул. Ермолова д. 14
Телефоны: (8793) 97-60-62, 97-60-42, 97-60-19, 97-58-84
E-mail: imtex@mail.ru
Краснодарский край,
г. Краснодар, ул. Лизы Чайкиной д. 2
Телефоны: (861) 210-95-09, 210-30-44, 210-30-45
E-mail: imtex1@mail.ru
Астраханская область,
г. Астрахань, ул. З(я) Зеленгинская 56В
Телефоны: (8512) 61-13-40, 61-13-41, 61-13-42
E-mail: imtex_astra@mail.ru
БОЛЕЕ 5000 м2 СВОБОДНОГО ВЫБОРА
ГРАЦИЯ
ARKTUR
IDEA LINGERIE
Conte-Kids
Conte
DiWaRi
MONE jour
SiSi
Palmetta
ARTU
MiNiMi
Philippe Matignon
ma
MARC & ANDRÉ PARIS
MODIN UNDERWEAR
pierre cardin paris
OMSA
INCANTO
Pelican
MALEMI
VISAVIS
gisela
alla buone

GALANT
ГРУППА КОМПАНИЙ

БЕЛЬЕ ДЛЯ ВАШЕГО МАГАЗИНА

г. Москва
3-й Красносельский пер., д.19
WWW.GALANTHOLDING. RU

+7 (499) 264-44-76, 264-02-84
+7 (499) 264-57-46, 264-75-54
e-mail: sales@galantholding.ru

MILAVITSA
ORHIDEJA
JOLIDON
PRIMAVERA
key
aveline
mia-mia
Dimanche Lingerie
ROSME
MIO OCCHI
V·O·V·A
ZDAY!
PRIMA VISTA
atlantic

Мы работаем: пн. - пт. с 8.00 до 21.00
сб. - вс. с 9.00 до 18.00

Хлопковое белье: Alla Buone, Yax!, Minimi, Malemi, Vis-à-Vis, Intri, Artu, Primal, Senso Beauty, Incanto, Angel`s Story и др.

Корсетное белье: Dimanche, Rosa Selvatica, Lormar, Honey Day, Papillon, Lormani, Amata mia, Primavera, Jolidon, Sielei и др. Эротическое белье: Erolanta, Caprice, Lady Lo, Flirt, Livia Corsetti

Колготки: Omsa, Sisi, Golden Lady, Glamour, Filodoro Classic, Levante, Sanpellegrino, Franzoni, Pompea, Oroblu, Gatta, Allure, Charmante, Fiore, Innamore, Transparenze, Minimi, Malemi, Immagine, Conte, «Грация», «Эра», «Грация носки», «Золотая Грация», Lady Cat, Incanto, Mona, Gabriella, Intreccio и др.

Купальники: Anabel Arto, Allegro, Infinity, Charmante, Bellissima и др.

Трикотаж: Vis-à-Vis, Flitwud, Eldar, Nic Club

ИП МАЛИНИН КОЛГОТКИ & БЕЛЬЁ
Нижний Новгород, Ленинский район, ул. Памирская, д. 11К
тел. 831 220 50 20 (многоканальный)
e-mail: kolgotki1@malinka.nnov.ru
интернет-магазин: www.shopmalinka.ru
Режим работы: с 9.00 до 17.00, сб. с 9.00 до 14.00

ESOTIQ
VENA lingerie
Kris LINE
GAIA
Julimex
LORIN
aquarilla
Laura Biagiotti Lingerie
Kinga lingerie de femme
MAT lingerie
obsessive
Beauty Night
CHILROSE Shine like a Diamond

Лучшая подборка польских и европейских брендов у нас

BikiniTop.ru
Оптовый центр польского белья

• Широкий ассортимент – более 50 марок
• Всегда в наличии
• Лучшая цена
• Гибкая система скидок

ARUELLE
S&SENSIS BEAUTY&NIGHT
TARO
cornette
key
DONNA
RÖSSLI STYLED IN SWITZERLAND
Luna
Vanilla night&day
Veneziana
MARILYN
FiORE

Karina RICHI lingerie

- Obsessive
- Irall
- Excellent Beauty
- Vena
- Pari Pari
- Konrad
- Balaloum
- Lora Iris
- Lise Marie
- Dobranocka
- Taro
- NBB
- Angels Story
- Fleur
- Serenade
- Julimex
- Mitex
- Lorin
- Self
- Aquarilla
- De Lafense
- Kris Line

ОПТОВАЯ ФИРМА
ЖЕНСКОГО БЕЛЬЯ

KARINA RICHI

г. Киев
тел.: +38 0662221701, +38 0964602755
shop@karina-richi.com
www.karina-richi.com

VISHCOPT.RU- ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР ПОЛЬСКИХ ТОРГОВЫХ МАРОК VERANO И EWLON +7 (495) 215-213-6

НИЖНЕЕ БЕЛЬЕ ОПТОМ

- ВЫСОКОКЛАССНЫЙ СЕРВИС
- ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД
- БЕЛЬЕ ВСЕХ ЦЕНОВЫХ СЕГМЕНТОВ
- КОНСУЛЬТАЦИИ ПЕРСОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖЕРА
- ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ МАРКИ
- ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН
- ШОУ-РУМ В ОФИСЕ

г. Краснодар
ул. Лизы Чайкиной д. 3/6
8 (918) 088 08 02
sale@triumf-ug.ru

г. Симферополь
8 (918) 088 08 02
sale@triumf-ug.ru

г. Ростов-на-Дону
8 (918) 088 08 02
sale@triumf-ug.ru

г. Ставрополь
ул. Заводская д. 11, оф. 20
8 (918) 088 08 02
sale@triumf-ug.ru

ВЫ МОЖЕТЕ ВЗЯТЬ ЖУРНАЛ У НАШИХ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ И КЛИЕНТОВ, С КОТОРЫМИ МЫ РАБОТАЕМ ПО СЛЕДУЮЩИМ АДРЕСАМ:

ГОРОД МОСКВА:

Bikinitop
мкр. Северное Чертаново, д.5,
офисно-складской комплекс «Балаклавский»,
офис-склад 106
+7 (499) 755-81-11 +7(917) 530-91-10
bikinitop12@ya.ru
www.bikinitop.ru

Indefini
ул. Нижняя Красносельская 40/12
стр 2 офис 127. БЦ „Новь"
+7 (495) 620-49-54
info@indefini.ru

Moda&Style
ул Складочная 1 стр 10,
8 (499) 322-37-60
www.mstyle.pro

Смартекс
Комсомольская площадь,1А,
стр. 2, склад 9
(495) 617 05 91, (963) 641 60 21
www.opt-smart.ru

Компания Экватор
ул. Угрешская, д. 2, стр. 95,
территория БЦ «ТехноПарк-Синтез»,
+7 (495) 665-58-09
info@ekvator.com.ru
www. quandt.ru

MIA-AMORE
г. Москва, ул. Маросейка, д. 6/8
8 (800) 707-10-50 (звонок бесплатный),
8 (495) 155-85-85
info@miamia.ru, www.miamia.ru

ООО «ТК Галант и Ко»
3-ий Красносельский пер., д. 19,
Контактное лицо – Мурыгина Любовь
(офис-менеджер) +7 (499) 264-45-09
www.galantholding.ru

Audace
ул. Верхняя Красносельская,
д. 2/1, стр. 2, оф. 3
+7 (495) 755-8838, +7 (925) 502-4248
www.audace.ru

Компания Dimanche Lingerie
ул. Новодмитровская, д. 5а, стр. 2
+7-495-287-73-90, 8-800-333-60-32
www.probelio.ru

ООО «Ален-Марк»
м. Южная, Варшавское ш., 132, стр. 5,
(495) 311-41-09, www.alen-mark.ru

Специмпорт
Волгоградский пр., 21,
(495) 28 000 35
www.simport.ru

Скамата
ул. Складочная, д. 1, стр. 7,
(495) 646 84 24
www.skamata.ru

Дарси Трейд
ул. Краснобогатырская, д. 89
(Мосрентсервис),
(495) 646-28-83
www.darsitrade.ru

Вишкопт
1-й Нагатинский проезд, д.2
8 (495) 215-213-6
zakaz@vishcopt.ru
www.vishcopt.ru

ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ:

«Бельконста»
пр. Лиговский, д. 50, корп. 11,
8 (800) 505-95-18
www.belconsta.ru

ООО «Промтекс»
(Мегаторг), Витебский пр., 13,
+7 (812) 337-13-57
www.megatorg.org

Югер
1-ый Муринский пр-кт. Д. 10 литер А
(812) 320-19-65, 295-26-05, 320-19-66

ГОРОДА РОССИИ:

Дом Белья Триумф
г. Краснодар, ул. Лизы Чайкиной, 3/6
+7 (861) 212-55-12
www.nb-opt.ru

Екатеринбург, ООО «Аделанте»
ул. Щорса, 7 «Н»
(343) 221-32-08
www.atlantic-cb.ru

Краснодар, Первая Бельевая Компания
ул. Сормовская, 7, литер Ц,
(861) 210-95-84
www.1-bk.ru

Краснодар, Ростов на Дону
ТД ЮЛМАКС
8-863-242-07-64
yulmax@list.ru
www.tdyulmax.ru

Нижний Новгород
ИП Малинин Колготки & Белье
Ленинский район, ул. Памирская, д. 11К
831 220 50 20 (многоканальный)
kolgotki1@malinka.nnov.ru

Новосибирск, Сибирский Дом Белья
ул. Электрозаводская, д. 2,
(383) 288-07-08
контактное лицо: Какунина Юлия
www.sibdb.ru

Самара, ГК «Гелиос»
ул. Революционная, 70 Д,
www.rosgelios.ru,
контактное лицо:
Селезнева Ольга Евгеньевна,
(846) 342-52-00
Филиалы Гелиос:
г. Тольятти, Южное шоссе, 53
г. Казань, ул. Мартына Межлаука, д. 13
(Центральный рынок)
г. Ульяновск, ул. Кольцевая, д. 50, стр. 2
г. Саратов, ул. Танкистов, д. 15
(ТЦ «Олимп»)

Самара, Бельевик
+7 (927) 604-48-94
www.belevik.ru

Филиалы ООО «Диалог»
www.dialog26.ru
stavropol@dialog26.ru
г. Ставрополь, ул. Ковалева, 19
8-8652-28-48-05, 28-48-06
г. Пятигорск, р-он рынка «Лира»
ТЦ «Хорошевский»
(напротив рынка «Казачий Майдан»)
357390, Предгорный р-он, х. Хорошевский,
ул. Шоссейная 25/6
8-961-462-61-22, 8-905-461-44-45
г. Ростов-на-Дону
пр. Шолохова, 282б
8-938-102-09-89
www.dialog61.ru
г. Краснодар
ул. Вишняковой, 2 а, литер Л 2 этаж
8-938-414-29-17

Хабаровск, Компания Текстиль ДВ
ул. Краснореченская, 117,
контактное лицо: Кускова Эльвира Юрьевна,
+7(4212) 54-22-05
www.textildv.ru

Челябинск, Артум
Комсомольский пр., 10/2, +7 (861)216-11-27

Филиалы Артум:
г. Магнитогорск, ул. Ленина, 89, корпус 1
(территория Обувной фабрики)
(3519) 49-81-13, 49-81-14,
artum-magnit@yandex.ru
г. Миасс, Челябинской обл., ул. Победы, 13
(3513) 55-39-80, artum-miass@mail.ru
г. Курган, ул. Коли Мяготина, 39а
(3522) 45-59-93, 43-30-67,
olgakurg@mail.ru
г. Пермь, шоссе Космонавтов, 11, корпус 45
(343) 207-01-04, 207-01-05, 207-01-06,
perm-parma@yandex.ru

Пятигорск, ООО «Белье и Колготки»
ул. Ермолова, 14,
www. imtex.ru,
(8793) 97-60-62
Филиалы Белье и Колготки:
г. Краснодар, ул. Лизы Чайкиной, 2
г. Астрахань, ул. 3-я Зеленгинская, 56

Владивосток, ИП Грезин
ул. Гамарника 8а,
+7 (4232) 688-991

Красноярск, ООО «Сапфир»
г. Красноярск, улица Сплавучасток,
дом 10, строение 2.
8(391)219-30-90

ВИШК·ОПТ

КРАСИВОЕ БЕЛЬЕ ОПТОМ

VISHCOPT.RU ZAKAZ@VISHCOPT.RU
+7 (495) 215-213-6
МОСКВА, 1-Й НАГАТИНСКИЙ ПР-Д Д.2

ДОМАШНЯЯ ОДЕЖДА · КУПАЛЬНИКИ
ЭРОТИЧЕСКОЕ БЕЛЬЕ · ЧУЛКИ И КОЛГОТКИ

С ГАРАНТИЕЙ ВЫСОКИХ ПРОДАЖ

ПРОВЕРЕНО 356 КОМПАНИЯМИ В 500 ТОЧКАХ ПРОДАЖ

- ОГРОМНЫЙ АССОРТИМЕНТ БОЛЕЕ 20 000 РАЗЛИЧНЫХ ТОВАРОВ В НАЛИЧИИ
- САМЫЕ НИЗКИЕ ЦЕНЫ НА РЫНКЕ ТОЛЬКО ПРЯМЫЕ ПОСТАВКИ ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
- ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫЕ ПОСТАВКИ ИЗ ЕВРОПЫ
- 100% АКТУАЛЬНОЕ НАЛИЧИЕ НА САЙТЕ БЕЗ ПЕРЕСОРТОВ И НЕДОСТАЧ
- ЕАС — ВСЕ ТОВАРЫ СЕРТИФИЦИРОВАНЫ ЕАС
- % — ГИБКАЯ СИСТЕМА СКИДОК ДЛЯ ПОСТОЯННЫХ КЛИЕНТОВ
- СБОРКА И ОТГРУЗКА ЛЮБОГО ЗАКАЗА В ТЕЧЕНИЕ 10 МИНУТ
- 1 — ПОШТУЧНАЯ ОТГРУЗКА ДЛЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ

НАШИ ПАРТНЕРЫ

obsessive · anais apparel · PASSION FREE YOUR SENSES · Me Seduce · ewlon · Gabriella RAJSTOPY & POŃCZOCHY · TARO · Beauty Night · EVELENA HOMEWEAR · Bas Bleu

NIC CLUB
про
бельё
Компания “ПроБельё” - нижнее белье,
одежда для дома и отдыха,
купальники и термобелье оптом.
127238 Россия, г.Москва,
3-й Нижнелихоборский проезд, д.3, стр.2.
Телефон: +7 (495) 215-07-40
Бесплатная горячая линия: 8-800 333-55-74
E-mail: info@probelio.ru
www.probelio.ru