

М О Д Н О Е б е л ь е

JASMINE

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

**БЮСТГАЛЬТЕРЫ
ОТ А ДО Я, ИЛИ
ЧТО ПОКУПАЮТ
КЛИЕНТКИ?**

***Что влияет
на методы
продаж
и ассортимент***



JASMINE



A full-page advertisement for Jasmine Lingerie. A woman with long, wavy brown hair and light makeup is the central figure. She is wearing a red lace bra with thin straps and matching red lace underwear. She is standing in front of a white paneled wall. The brand name 'JASMINE' is in the top right corner, with a small flower icon. Contact information for both Ukrainian and Kazakh branches is in the bottom right corner.

JASMINE

ООО «ЖАСМИН ЛИНЖЕРИ»

ул. Тараса Бульбы-Боровца, 15
г. Луцк, Украина

(+38) 050 438 77 11 Украина
office@jasminelingerie.com.ua

JASMINELINGERIE.COM.UA

Представитель:

**ТОО «ЖАСМИН ЛИНЖЕРИ
КАЗАХСТАН»**

ул. Умбетбаева, 73/192
г. Алматы, Республика Казахстан

(+74) 993 48 10 15

Российская Федерация

(+77) 018 00 27 70

Республика Казахстан

info@jlk.kz

WWW.JLK.KZ



Kris
LINE®

www.krisline.com

krisline@krisline.com

+48 517 499 600



Kris
LINE

www.krisline.com

krisline@krisline.com

+48 517 499 600



В НОМЕРЕ 62

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

- | | | | |
|----|--|-----|--|
| 8 | Красный - цвет любви и счастья | 66 | Фасоны бюстгалтеров для большой груди – мнение экспертов |
| 10 | Бюстгалтеры от А до Я, или что покупают клиентки | 74 | Новинки |
| 16 | Новинки | 82 | Нежность |
| 22 | Татюр – секрет планомерного роста | 84 | Роскошь |
| 28 | Российский fashion-рынок: аналитика 2017 года и прогноз на следующий год | 86 | Весенний роман |
| 36 | Особенности конструкции Big Cup Support | 88 | Утренний туман |
| 38 | Восхитительные коллекции Lisca | 90 | Вдали от шума и суеты |
| 40 | Для комфорта, красоты и флирта | 92 | Заблудившись в джунглях |
| 42 | Eva – гармоничная красота | 93 | Летний сад |
| 44 | Madora – шик на пляже | 94 | Положительная энергия |
| 46 | Самое желанное белье | 95 | На перекрестке культур |
| 48 | Alles – на грани хрупкости и современности | 96 | Ах, бархат! |
| 50 | Рынок белья вчера и сегодня: что влияет на методы продаж и ассортимент | 98 | Новинки |
| 54 | Кризис розничной торговли 2017. Дело не только в Amazon | 100 | Будь непохожим! |
| 58 | Станет ли бралетт всеобщим любимцем? | 102 | Мода для всех |
| 62 | Спортивный бюстгалтер – лучший фитнес-друг женщины | 108 | Латышский бельевого потенциал |
| | | 112 | Новинки |
| | | 114 | Время перемен |
| | | 116 | Kyiv Fashion на новом месте |
| | | 118 | Fast Textile – крупнейшая текстильная выставка в Европе! |

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
goscia@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

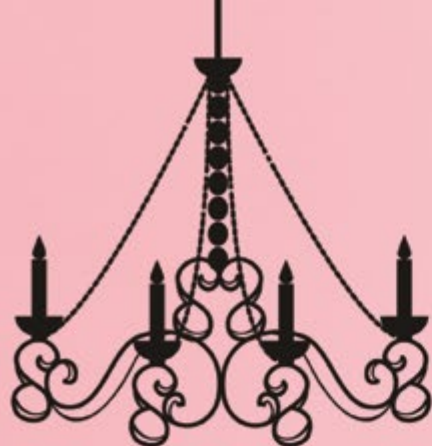
Свідчення про державну
реєстрацію
№ 14555-3526P
ISSN 1731-7967

Тираж: 10 000

A woman with long, wavy brown hair is posing in a teal-colored silk pajama set. The set includes a long-sleeved button-down top with a matching wide belt tied at the waist, and matching wide-leg trousers with a tassel detail on the side. She is wearing black high-heeled shoes. The background features a rustic brick wall, a large multi-paned window on the left, and a brown leather sofa on the right.

mia-amore

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



Україна:

ТЗОВ СП "Аллес- Україна"

вул. Стрийська, 67

м. Львів, Україна, 79031

www.alles.in.ua

www.alles.pl   /BieliznaAlles



Spring-Summer 2018

Collection Night Blue

Россия
LORMAX

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



Украина:
АЛЛЕС-УКРАЇНА

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



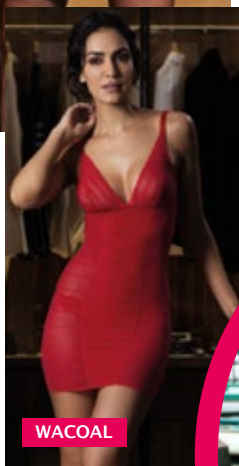
EWA BIEN



SELMARK



LISE CHARMEL



WACOAL



CONTURELLE

КРАСНЫЙ

цвет любви
и счастья



SELMARK



LUNARETTA



GISELA



KRIS LINE



ROSA FAIA



élégant
Conte
LINGERIE

ООО "КОНТЕ СПА" УНП 590018458

БЕЛЬЕ, ОДЕЖДА,
КОЛГОТКИ, АКСЕССУАРЫ

ШИРОКИЙ ВЫБОР
ОПТОВЫЕ ПРОДАЖИ

подробности на сайте:
www.b2b.conteshop.com

С Новым
Conte!

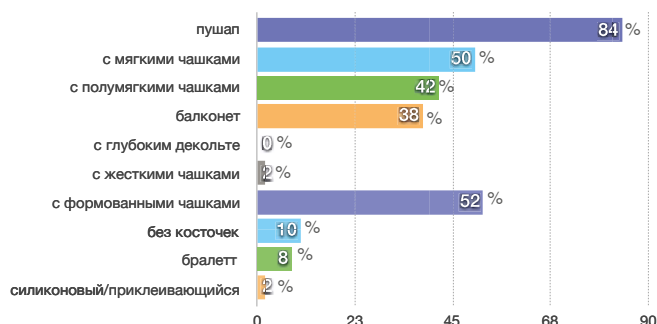
БЮСТГАЛЬТЕРЫ ОТ А ДО Я, ИЛИ ЧТО ПОКУПАЮТ КЛИЕНТКИ

В этом номере мы представляем результаты нашего осеннего опроса о том, какие бюстгалтеры лучше всего продаются в российских бельевых магазинах. Итоги предыдущего исследования о настроениях на бельевом рынке были восприняты нашими читателями с большим интересом. Возможно, это связано с недостатком данных, полученных из первых рук, о состоянии рынка.

На этот раз нас интересовало, какие фасоны, размеры, цвета и марки пользуются у клиенток наибольшей популярностью. В опросе участвовало более ста респондентов. Хотим подчеркнуть, что наше исследование не является репрезентативным: его результаты нельзя обобщить и отнести ко всем российским магазинам, торгующим бельем. Данная статья отражает мнение только участников опроса.

Какие фасоны бюстгалтеров лучше всего продаются в магазинах?

Разнообразие фасонов, безусловно, облегчает процесс выбора тем женщинам, которые приходят в магазин с конкретными потребностями и целями. В анкете мы предлагали 10 фасонов, а каждый респондент мог выбрать из списка максимум три ответа. Согласно опроснику, наиболее популярным фасоном является пушап – его выбрали 84% респондентов. На втором месте оказался бюстгалтер с формованными чашками – 52%, на третьем и четвертом – с мягкими (50%) и полумягкими чашками (42%). Похоже, что для женщин по-прежнему остается важным моделирование красивой формы груди. Бралетты далеко не везде достигли пика популярности и пока царят в основном на зарубежных выставках в коллекциях будущего сезона. У нас натуральность не всегда является приоритетным фактором. Зато большое внимание уделяется внешнему виду и разнообразным «хитростям», благодаря которым женщина чувствует себя более уверенно. Определились также самые непопулярные фасоны, среди которых силиконовые бюстгалтеры (55% ответов), планж с глубоким декольте (51%) и бюстгалтеры без косточек (39%).



Какие бюстгалтеры наиболее востребованы с точки зрения выполняемой функции?

В вопросе о задачах, которые решаются с помощью бюстгалтера, анкетированные могли выбрать три ответа. Оказалось, что чаще всего клиентки покупают бюстгалтеры для поддержки большой груди (74%), повседневные базовые модели (70%), изделия, приподнимающие бюст и формирующие красивую зону декольте (58%), а также модели для зрительного увеличения груди (42%). Реже всего покупательницы ищут в магазинах специальные бюстгалтеры после мастэктомии и пластических операций (возможно, потому, что пациентки отправляются за ними в медицинские магазины). Кроме того, к этой группе относятся:

- свадебные модели (вероятно, по причине корсетных фасонов свадебных нарядов, для которых лучше подходят бюстгалтеры без бретелей);
- уменьшающие размер груди (кому нужно уменьшать свои достоинства?);

Эксклюзивная домашняя одежда

Komilfo
COMME IL FAUT



KOMILFO

ул. Стетная 2, г. Николаев
Украина 54003

Тел.: +38(0512) 24-62-22,

Факс: +38(0512) 24-11-64,

Моб.: +38 063 603-17-84

box@komilfo.com.ua

www.komilfo.com.ua



Komilfo_loungewear



Женская домашняя
одежда Komilfo

ModaStyle

Наш новый партнер в России:

ООО "Мода и Стиль"

г. Москва, ул. Складочная 1 стр.10.

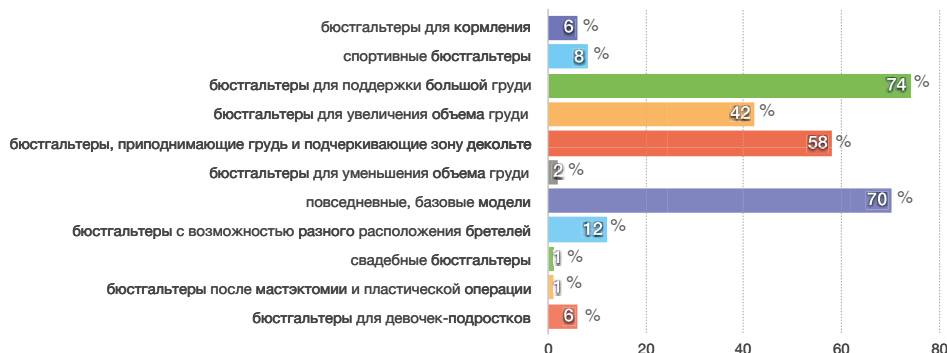
Тел. 8(499)322-37-60

info@modastyle.info

www.mstyle.pro

- для кормления (неужели настал демографический кризис?)
- спортивные (этот ассортимент, скорее всего, ищут

в спортивных и сетевых магазинах, которые уже давно настроились на эту тенденцию).



Самые популярные марки бюстгалтеров в магазинах

Мы попросили перечислить по одной марке в каждой категории. Очень нелегко выбрать самую популярную марку из нескольких десятков с учетом разных ценовых сегментов. Есть такие, которые появлялись в ответах очень часто. Некоторые встретились только один или два раза, а многие вообще не были упомянуты. Представляем вам пятерку лидеров в каждой категории. Список составлен по убыванию популярности.

Бюстгалтеры пушап: Dimanche, Wonderbra, Infinity, Lormar, VOVA.

Бюстгалтеры размеров от А до D: Infinity, Dimanche, Simone Perele, VOVA, Rosa Selvatica.

Бюстгалтеры размеров D+: Трибуна, Milavitsa, Felina, Valeria, Rosme.

Повседневные бюстгалтеры: Infinity, Dimanche, Трибуна, Felina, Valeria.

Подростковые бюстгалтеры: Key, Infinity, Aveline, Milavitsa, Wonderbra. В этом случае очень часто появлялся ответ, что данный ассортимент не представлен в магазине.

Спортивные бюстгалтеры: Giulia, Intimidea, Rosme, Gatta, Shock Absorber. В 1/3 магазинов данная группа бюстгалтеров отсутствует. Кроме того, в качестве спортивных назывались марки, которые производят не спортивные бюстгалтеры в классическом понимании, а топы или удобные мягкие бюстгалтеры.

Бюстгалтеры без косточек: Milavitsa, Valeria, Aveline, Siluet, Черемушки. В 10% магазинах они не представлены.

Бюстгалтеры какого размера чаще всего продаются в следующих категориях?

В аспекте наиболее популярных размеров в каждом из фасонов картина выглядит довольно однородной. Со-

гласно результатам исследования, наиболее популярным по-прежнему остается легендарный 75B, а размерный ряд заканчивается на D. Остальные размеры считаются скорее нетипичными и покупаются гораздо реже.

Бюстгалтеры пушап: 75B

Бюстгалтеры размеров D+: 85E-H

Бюстгалтеры размеров от А до D: 75-85 B-D

Повседневные бюстгалтеры: 75-80 C-D

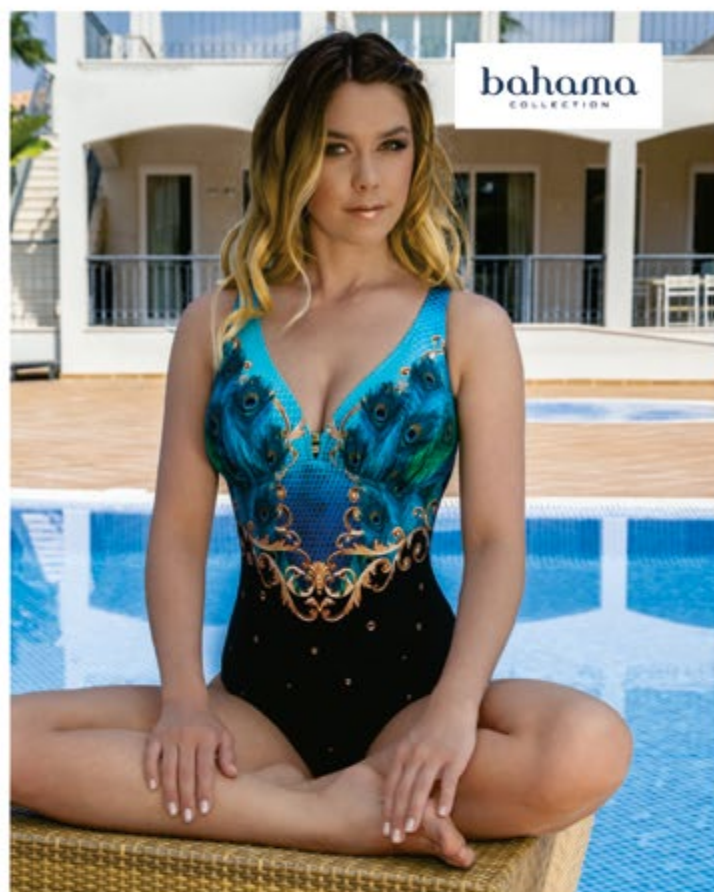
Подростковые бюстгалтеры: 60-70 A-B

Спортивные бюстгалтеры: 75-80 B-C

Бюстгалтеры без косточек: 80-100 C-D

Какие цвета вызывают у клиенток наибольший интерес?

В этом разделе обошлось без сюрпризов. Самыми востребованными оказались наиболее универсальные и сдержанные цвета – именно такая гамма доминирует в базовых коллекциях, которые неизменно остаются в авангарде продаж. 86% респондентов выбрало черный цвет, что не удивительно. На втором месте (66%) оказался бежевый, а на третьем (52%) – белый. Заметна тенденция, что все больше женщин склоняется к выбору бежевого цвета, который особенно хорошо продается летом, поскольку сливается с цветом кожи и незаметен под светлой одеждой. Конечно, оригинальные коллекции как магнитом притягивают в магазин, но в итоге результат покупок ограничивается этими тремя цветами. Из так называемых сезонных оттенков чаще всего упоминались голубой и красный. Довольно важное место заняли многоцветные модели, которых в продаже становится все больше, ведь они и правда привлекают внимание. Реже всего в анкетах появлялись зеленый, голубой, желтый, розовый и серый цвета.



ООО «Океан»

Электролитный пр-д, д.9, стр.1, тел.: (495) 971-53-83, (499) 317-46-36, e-mail: oceanv@mail.ru, www.oceanv.ru

MAGISTRAL

REBECCA®

ICONIQUE

PALOMA

PKBW

а

DAVID

Vacanze Italiane®

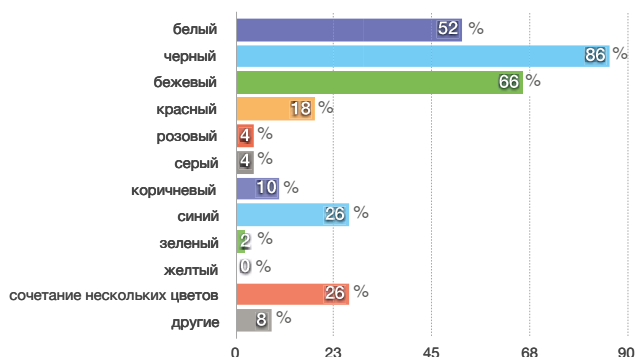
LINCLALOR

bahama

CYELL

Mariam

Приглашаем Вас на выставку **Lingerie Show-Forum** по адресу: Москва, 1-й Зачатьевский пер., 4
с 18 февраля - 20 февраля 2018, стенд 21,22



На что в основном клиентки обращают внимание при покупке бюстгалтера?

Респонденты могли выбрать два ответа из предложенного списка. Самым важным критерием была признана цена (76%). Очевидно, клиентки по-прежнему руководствуются состоянием кошелька и проявляют благоразумие, а иногда и бережливость при выборе нижнего белья. Почти также часто упоминалась комфортность посадки (72%). Эти два критерия с огромным перевесом опередили другие варианты ответа: фасон и функцию (оба примерно по 20%). Цвет оказался еще менее важным (чуть больше 14%), а сама марка практически не имеет значения, поскольку лишь 8% клиенток обращают внимание на название, а перед тем, как начать носить бюстгалтер, покупательницы и вовсе срезают ярлычок, чтобы он не мешал. Может, стоит размещать название марки в более прочной и привлекательной форме на видном месте?

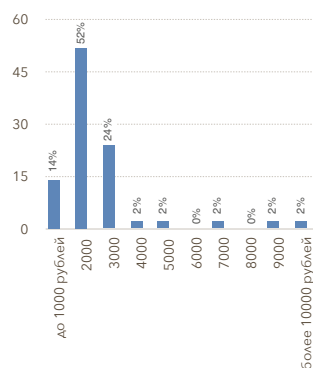


Сколько в среднем бюстгалтеров за одно посещение приобретает покупательница?

Оказалось, что клиентки чаще всего останавливают выбор на одном или двух бюстгалтерах. На большее количество решаются лишь 6%.

Насколько часто клиентки покупают трусы в комплект к бюстгалтеру?

Клиентки в России очень любят комплекты. Подавляющее большинство женщин не ограничивается только бюстгалтером – всегда (22%) или часто (75,5%) покупают еще и трусы.

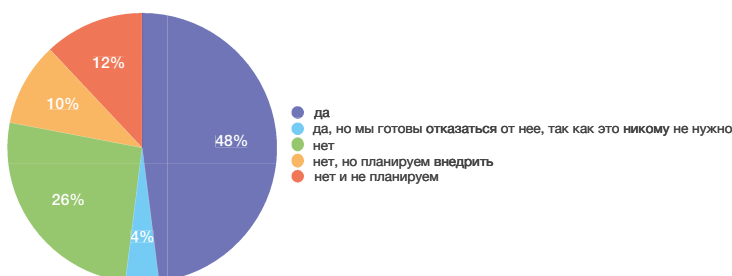


Какова в среднем общая стоимость покупки?

В магазине нижнего белья клиентки чаще всего (каждый второй ответ) оставляют в кассе от 1000 до 2000 рублей. В 24% ответов сумма покупок достигает 3000 рублей. Стоит обратить внимание на то, что 14% тратят очень мало – менее 1000 рублей. На более дорогостоящие покупки (более 3000 руб.) решаются лишь 10% женщин.

Услуга брафиттинга в магазинах

В завершение опроса мы хотели узнать, насколько велик спрос на брафиттинг в России. В последнее время эта тема поднимается все чаще, благодаря производителям белья и организаторам выставок, на которых проводятся презентации и мастер-классы. В связи с этим появляется все больше возможностей познакомиться с правилами выбора бюстгалтера в соответствии с персональными параметрами. Половина участников анкеты предлагает брафиттинг в своих магазинах, однако около четверти торговых точек не предлагают такой услуги, в 12% ее нет, и она не планируется, а 4% предполагают отказаться от нее. Но есть еще 10% магазинов без брафиттинга, чьи представители заинтересованы в данной услуге.



Еще раз благодарим всех за ответы и приглашаем к участию в следующих опросах. Если вы хотите поделиться с нами своим мнением, подпишитесь на нашу рассылку на сайте www.pormoda.ru. Весной мы подготовим следующую интересную тему. Ждем ваших предложений!



ул. Gościniec 2, 70-876 Szczecin, Польша, тел./факс: (48 91) 462 01 27, unikat@unikat-comp.pl, www.unikat-comp.pl

ИЩЕМ ДИСТРИБЬЮТОРОВ



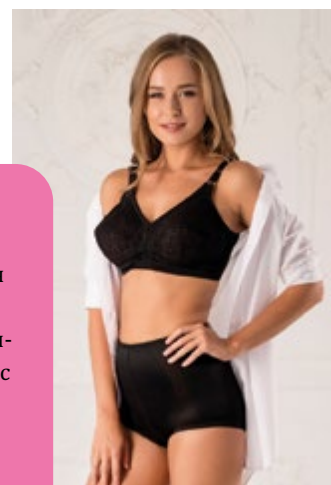
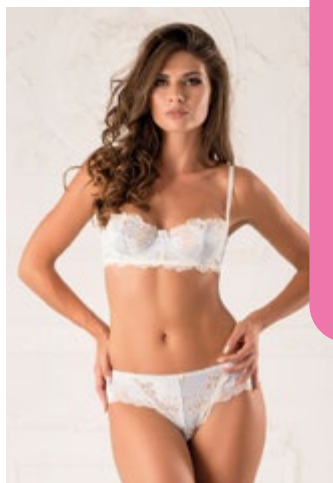
Весенняя симфония

На лето 2018 Felina предлагает новую серию Symphony, украшенную филигранным орнаментом. Нежная контрастная двухцветность подчеркивает современность образа. Изюминка серии - бесшовные формованные чашки в бюстгальтере без косточки и боди. В этих моделях гарантирован комфорт и посадка до чашки размера G. Трусы-слипы украшены богатой вышивкой. Используемый в серии материал симплекс моделирует фигуру и обеспечивает отличную посадку даже в больших размерах. Базовые цвета коллекции это ваниль и магический синий.



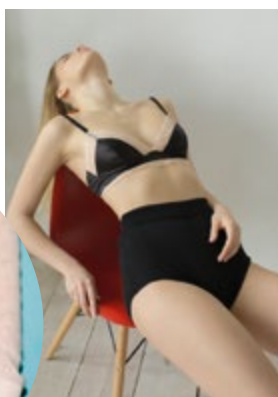
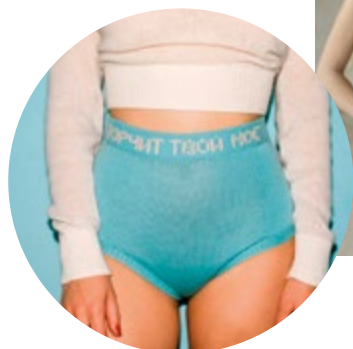
Городской стиль от Komilfo

Компания Komilfo представляет новую коллекцию нижнего белья, отличительными чертами которой являются женственность и комфорт. Это роскошные изделия для современной жительницы мегаполиса. Тренд 2018 – комплекты из дорогих, прекрасно держащих форму тканей, с благородным блеском, таких как сатин или атлас. В моде по-прежнему ажурные бра, призванные подчеркнуть естественную красоту женского тела. С помощью изысканного кружева Komilfo обеспечивает идеальную корректирующую посадку для женщин с формами.



«Отопления нет»: Bureau de Tricoti сделали коллаборацию с Марией Теряевой

Экспериментальный композитор Мария Теряева и марка теплого вязаного белья Bureau de Tricoti выпустили совместный мерчандайз: коллекцию зимних вязаных трусов, посвященную песне «Меринос», из 100% мериносовой шерсти. Bureau de Tricoti — московская марка теплого вязаного белья из высококачественной итальянской пряжи. История марки началась с воспоминаний о том, как заботливая мама одевала нас зимой на прогулку: было очень тепло, но слишком трудно передвигаться, да и выглядел ты как колобок. Советские рейтузы были функциональными, но некрасивыми. Мы решили создать белье, которое согревает, при этом достаточно тонкое и не заметное под одеждой. Для нас важна функциональность без потери сексуальности.



Indefini®

www.indefini.com

летна - лето 2018

коллекция

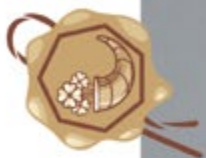


г.Москва,
ул. Нижняя Красносельская, 35
стр. 9 офис 401

✉ indefini.com@mail.ru

☎ +7 (495) 660-50-80

MILLINER
ROYALTY & COMFORT



www.marlena.su

ЛЕН

Коллекция верхнего трикотажа

ВЕСНА/ЛЕТО
2018



Теплые отношения от Gisela

Бренд GISELA в 2018 году порадует партнеров новой коллекцией под названием Number One, в которую вошли бестселлеры из постоянной классической линии Moments в новых цветовых решениях. Следуя сезонным тенденциям, для палитры были выбраны цвета «райский красный» и «военный синий». Главной идеей каталога стали теплые отношения между матерью и дочерью, поддержка сестер и близких друзей. Must have этой коллекции – комплект с бюстгалтером со съёмными косточками day&night и комплект с бюстгалтером пуш-ап.



Бюстгалтеры с памятью

В середине 2018 года Gisela выпустит новую классическую коллекцию Moments 5, которая без сомнения станет бестселлером продаж. При ее создании команда дизайнеров марки использовала самые современные ткани с нежнейшими текстурами и новейшие технологии обработки. Благодаря этому, линия получилась утонченная, но при этом весьма функциональная. Новинкой стали бюстгалтеры на чашках с памятью «memory fit», которые адаптируются к форме груди. Внутреннее покрытие этих чашек обладает эффектом «кожи персика», обеспечивающее дополнительный комфорт при носке. Еще одна новинка этой коллекции – трусы «one size», которые идеально подойдут для девушек в размерах от S до XL. Мягкая микрофибра ultra-expand и бесшовная обработка создают эффект второй кожи.



Сбалансированный Natmen

Осенне-зимняя мужская коллекция Natmen на сезон 2018/19 получилась не просто функциональной, но и весьма стильной. Шорты, трусы и майки изготовлены из высококачественного хлопка и мягкого микромодала. Изделия созданы с использованием техники плоских швов и, благодаря добавке эластана, великолепно садятся по фигуре. Философией марки Natmen является долговечность: для производства шорт использована полиамидная нить ECONYL®, изготовленная из волокон, полученных в результате переработки пластмассовых отходов. Картонная упаковка продолжает экологический тренд, поскольку изготовлена из вторсырья. Красивые и модные цвета (лимонный, апельсиновый, антрацитовый, черный и синий) мгновенно обращают на себя внимание. Коллекция выпускается в размерах от M до XXL.

Классикой в коллекции является серия из бамбука, который отличается антибактериальными свойствами и способен нейтрализовывать неприятные запахи, что гарантирует ощущение свежести в течение всего дня. Кроме того, Natmen предлагает прочное и дышащее белье из хлопка с эластаном в разнообразной цветовой палитре. Ассортимент дополняют удобные и бархатистые изделия из микромодала.



A studio photograph of three women of different ages modeling Gisela underwear. The woman on the left is young with dark hair in a bun. The woman in the center is middle-aged with blonde hair. The woman on the right is young with dark hair. They are all wearing matching blue lace-trimmed bras and briefs. The woman on the left has her arm around the middle woman's waist, and the woman on the right has her arm around the middle woman's waist. They are all looking towards the camera with neutral expressions.

gisela

#numberone

коллекция бестселлеров 2018 года от gisela

WWW.GISELA.COM

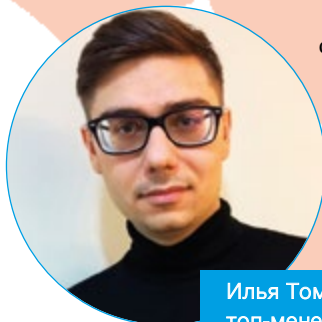
ТАТЮР – СЕКРЕТ ПЛАНОМЕРНОГО РОСТА

Бельевая компания Татюр существует с 2000 года и с самого начала является официальным дилером известных бельевых брендов России и Латвии: Черемушки, Трибуна, Rosme, VOVA (в т.ч. Avenija by VOVA), Stefi L. Несколько лет назад был заключен договор с марками Valeria и Миледи. Татюр специализируется на больших размерах, в ее ассортименте всегда присутствуют около сотни бюстгалтеров на размеры от 80D до 95H. С 2014 года активно развивается розничное направление: интернет-магазин tatyur.ru и франчайзинговая сеть «Татюр». На сегодняшний день функционируют 9 розничных магазинов под одноименным брендом, но это только начало, и в ближайшем будущем планируется увеличить сеть в несколько раз.

Модное Белье: Сколько человек работает в вашей компании? Процессы в организации полностью автоматизированы?

Илья Томилин, топ-менеджер компании Татюр:

У нас по-прежнему очень маленький штат, менее 10 человек. Мы обходимся без многочисленных менеджеров, так как считаем менеджерскую работу устаревшей и неэффективной. Никто из нашей фирмы не будет назойливо звонить вам по семь раз на дню, уговаривая сделать хотя бы маленький заказ. Все отношения с оптовым клиентом строятся через интернет-склад белье-оптом.ру, где можно найти всю необходимую для заказа информацию: наличие товара, цены, сертификаты, каталоги и статьи. Клиенты делают заказ через корзину, как в обычном интернет-магазине, и получают счет. Уведомления о готовности заказа, отправке, поступлении товара и новости приходят покупателю по электронной почте. Все организовано почти так же, как и в нашем интернет-магазине tatyur.ru. У нас нет «пунктика» начет автоматизации. Сейчас модно ставить 1С:Битрикс + amoCRM + ip-телефонию и хвалиться автоматизацией, но это не наш путь. Мы автоматизировали рутинные процессы, такие как e-mail рассылки или работу со ставками в Яндекс.Директе, но не более того. По-настоящему у нас автоматизирован только склад-



Илья Томилин
топ-менеджер
компании Татюр

ской учет. Товарные остатки интернет-магазина, склада и розничного магазина полностью синхронизированы, что позволяет нам видеть полную картину по ассортименту в любой момент времени. Для нас это было принципиальным моментом, так как без этого невозможно контролировать движение товара между оптом, розницей и франшизными отделами.

2017 год закончился, и компании традиционно подводят итоги. С какими результатами вы подошли к финалу этого периода?

Лучше двух предыдущих. 2015 и 2016 годы были для нас самыми тяжелыми: уровень дохода был невысокий, и много средств уходило на продвижение интернет-магазина и побочных проектов. Но именно благодаря усилиям, приложенным тогда, мы начали планомерный рост в 2017 году и уже сейчас можем строить позитивные планы на будущее.

У компании были убытки?

Если вы имеете в виду, работали ли мы в убыток, то ответ отрицательный. Мы стабильно работаем в плюс, так или иначе. Мы полностью дифференцировали наш бизнес: у нас работает опт, розница, интернет-магазин и франчайзинг. Это позволяет нам противостоять кризисным явлениям. В 2015 году мы действительно рабо-

ewa bien ♥
L I N G E R I E



Производитель эксклюзивного
женского белья
Ewa Bien

ул. Krakowska 290,
32-080 Zabierzów k/Krakowa, Польша
тел.: +48 12 376 40 60, моб.: +48 604 235 464
e-mail: info@ewabien.com, www.ewabien.com



тали на минимумах, со скрипом закрывая дилерские планы, но сейчас ситуация изменилась в лучшую сторону.

Чем отличался 2017 год от предыдущих?

2017 год для нас – год франшизы Татюр. Мы полностью пересмотрели всю систему франчайзинга, выделили и отшлифовали систему внедрения бизнес-процессов, убрали лишнее и, как сегодня принято это называть, упаковали франшизу. Во втором полугодии мы начали ее активное продвижение. Думаю, следующий год тоже будет посвящен укреплению позиций нашей франшизы. Мы планируем увеличить нашу сеть в несколько раз.

Какой ассортимент был самым востребованным в этом году?

Из-за высокой дифференциации сложно ответить на этот вопрос, так как мы реализуем товар по всей России, но в целом я бы сказал, что в 2017 году клиентки заново открыли для себя классические модели. Если до кризиса основной интерес потребители уделяли fashion-коллекциям, то теперь акцент сместился на классику. Примечательно, что сейчас, в отличие от пика кризиса, покупательниц интересует не только цена. Самые ходовые лекала наших брендов в классических цветах стали идеальным компромиссным решением – цена ниже, чем у цветных комплектов, но при этом такое же высокое качество и правильная посадка.

Что сейчас ищут покупатели? Они сильно изменились за последние годы?

В 2015 году все искали «что подешевле», но мы были непреклонны и не завозили товар низкого ценового сегмента, зная, что малая цена – признак плохого качества. Вскоре это осознание пришло и к клиенткам: разочаровавшись в дешевом белье, они снова вернулись к качественному ассортименту. Поэтому самое главное изменение в поведении розничных потребителей, по нашему мнению, это возврат к прежним приоритетам, когда качество важнее цены.

Какое будущее ждет независимые мультибренды? Или все уйдут в сети?

В этом отношении наша позиция сильно изменилась за последние годы: в 2012 г. мы были поборниками неза-

висимых магазинов, всячески старались поддерживать их, даже создавали отдельный ресурс, на котором пытались объединить наших клиентов. К сожалению, такой подход потерпел фиаско: условия рынка изменились, и безымянный

отдел больше не может существовать в этих условиях. Например, ни один более-менее крупный торговый центр не возьмет арендатора без фирменной вывески. Да и розничные клиенты требуют хотя бы минимального сервиса: нужно, чтобы у магазина была скидочная система, логичный мерчендайзинг, мероприятия, акции. Именно поэтому мы делаем такой акцент на франчайзинге – за ним будущее.

Рынок меняется достаточно медленно: этот разговор мы начинали еще в 2014 г., когда вышла статья «Независимая розница и франчайзинг» (см. Модное Белье №48). Но вот прошло три года, и теперь с уверенностью можно сказать, что, в конечном счете, на рынке будут только фирменные сети. Одной из них будет сеть «Татюр».

Что вы думаете о брафиттинге?

В большинстве случаев «брафиттинг» – это всего лишь красивое слово для обозначения обычной работы продавца-консультанта. Это такой коммерческий ход: придумать специальное название для привычной вещи и преподнести это как некоторую услугу. Пожалуй, это работало некоторое время, но за последние годы уже успело всем надоесть.

Если серьезно подойти к этому явлению, то брафиттинг подразумевает примерку множества разных по конструкции и размеру бюстгалтеров для определения наиболее подходящих для конкретной женщины. Это длительное мероприятие, которое нельзя провести в отделе белья, если только вы не готовы закрыть его на несколько часов для обслуживания одной клиентки. За такой услугой обращаются к профессиональным стилистам, а не в ближайший бельевой отдел. Организовать настоящий брафиттинг в магазине не удастся: женщины не готовы проводить долгие часы, подбирая бюстгалтер, а профессиональная помощь консультантов часто воспринимается как назойливость. Вот и получается, что пишут «брафиттинг», а на самом деле просто помогают с примеркой. В своих отделах мы никогда не предлагали услуги брафиттинга, так как мы обращаем внимание клиентов на реальные, а не мнимые преимущества наших магазинов – большой ассортимент размеров D+, многообразие конструкций, качество белья, разумные цены, возможность сделать заказ через интернет и так далее.

DREAM ACADEMY

SWEET DREAMS FOR YOU



«What Woman Wants»

г. Москва, ул. Набережная Академика Туполева,

д. 15, корп. 22, офис 201

тел.: 8 (800) 700-85-68,

8 (906) 097-46-66,

8 (903) 792-76-71

e-mail: nikol20@mail.ru

Украина, г. Одесса, 7КМ,

ул. Банковская, павильон 416

тел.: +38 (067) 801-88-07,

+38 (093) 255-99-49

e-mail: xnesta@mail.ru

e-mail: oleggusev8@gmail.com



Какие модели бюстгалтеров наиболее популярны в ваших магазинах?

Мы специализируемся на больших размерах, поэтому у нас наиболее популярны бюстгалтеры с мягкими и поролоновыми чашками, а также балконеты. Очень популярен спейсер – модель из дышащего материала, который придает бюстгалтеру необычайную легкость. «Воздушные» чашки из спейсера дают ощущение второй кожи.

Сейчас такая модель есть у Tribuna, Stefi L, VOVA, Avenija, Черемушек и Валерии, поэтому мы сформировали целый сегмент спейсеров в нашем ассортименте. Несмотря на то, что технология спейсера не нова, пока клиентки воспринимают его как инновацию. Вкупе с хорошей посадкой и удобством это создает вокруг спейсера настоящий ажиотаж.

Какая самая популярная марка бюстгалтеров пуш-ап?

Пуш-апы не наша стихия, но, если нужно дать ответ, я бы отметил Valeria.

Какая самая популярная марка бюстгалтеров размеров D+?

В fashion-сегменте наибольшим спросом пользуются Tribuna и Stefi L. В классических коллекциях спрос поровну делят VOVA, Rosme, Stefi L, Tribuna и Черемушки.

Какие цвета были наиболее продаваемы в 2017 году?

В отношении цветов 2017 г. не принес никаких сюрпризов: кроме классических черного, белого и бежевого стабильным спросом пользуются глубокие синие, зеленые и коричневые оттенки. Из светлых тонов покупательницы предпочитают розовые и персиковые, а также белье с цветочным принтом. Вопреки стереотипам, красное белье продается значительно хуже. Из ярких тонов хорошо берут синие (в том числе индиго и электрик) и сиреневые. Очень хорошо покупательницы принимают приглушенные оттенки и серый.

Как продавались и сейчас продаются купальники?

С уверенностью скажу, что купальники – самая непрододаваемая товарная категория в 2017 г. В прошлые годы они продавались намного лучше.

Какой ценовой диапазон цен за 1 комплект существует у вас в магазинах?

Весь наш ассортимент держится в рамках middle-сегмента, но, благодаря разной ценовой политике наших производителей, мы захватываем и middle-минус, и middle-плюс. В наших отделах можно приобрести цветной комплект и за 2000 руб. (Valeria), и за 4000 руб. (Tribuna), и за 6000 руб. (Stefi L).

На какую сумму чаще всего совершается покупка у вас в магазине?

Средний чек составляет 3000-3500 рублей. Это «базовая» цифра, без учета длительности работы магазина. По мере накопления клиентской базы эта цифра понемногу увеличивается: постоянные клиенты обычно тратят больше, чем новые.

Почему вы работаете только с вышеупомянутыми брендами и не добавляете новые?

Мы выстраиваем с производителями крепкие дилерские отношения, поэтому для нас «взять бренд» означает не просто добавить одну-две модели из их ассортимента. Кроме того, у нас очень четкая ассортиментная политика: мы работаем только с фабриками, которые производят белье с широким размерным рядом и только высокого качества. Поэтому круг потенциальных партнеров сильно сужается. Тем не менее, мы регулярно мониторим рынок и присматриваемся к производителям, и у нас есть несколько фабрик, в сотрудничестве с которыми мы заинтересованы. Так что в ближайшее время возможно появление новых брендов в нашей ассортиментной матрице.

Расскажите немного о вашей маркетинговой политике.

У нас весьма многообразная деятельность в этом отношении, но преимущественно в интернете: мы эксперты в контекстной рекламе и e-mail маркетинге, активно продвигаемся в Инстаграм, создаем лендинги, точноно используем seo. Сейчас осваиваем продвижение франшизы: регистрируемся в каталогах, проводим рассылки, ищем партнеров для поиска франчайзи. Постоянно развиваем наш интернет-магазин, вводим и тестируем новые функции. Оптовым клиентам постоянно предлагаем новые удобные условия, например, совсем недавно предложили клиентам выгодные тарифы доставки в 2-3 раза дешевле, чем у конкурентов.

LAUMA®
lingerie

www.lauma.lv

РЕКЛАМА

sfg



Генеральный дистрибьютор СП ЗАО «Милавица» и АО Lauma Lingerie в РФ: ЗАО «Сильвано Фэшн»
127015, Москва, Новодмитровская ул., д.5А, стр.4. тел. +7 (495) 640-18-57, info@silvanofashion.ru franchising@silvanofashion.ru

LINGERIE DE FEMME
ALISEE

arveline
COLLECTION

MILAVITSA

HIDALGO
MEN'S UNDERWEAR

laumelle®
LINGERIE

РОССИЙСКИЙ FASHION-РЫНОК: АНАЛИТИКА 2017 ГОДА И ПРОГНОЗ НА СЛЕДУЮЩИЙ ГОД

Согласно анализу рынка, проведенному специалистами Fashion Consulting Group, показатели сезона весна/лето-2017 свидетельствуют о том, что потребление одежды и рост рынка даже в случае подъема продаж осеннего сезона не превысит коридор 3-5% в рублях

К основным причинам можно отнести:

- международная политическая ситуация (противостояние) и продолжение санкций, медленное сползание курса рубля/евро, отсутствие значительного роста цен на нефть;
- медленный темп разворота экономики в сторону укрепления внутреннего производства;
- снижение располагаемых доходов населения;
- климатический «сбой», произошедший в весенне-летний период.

Объем и динамика fashion-рынка 2012-17 гг.



Российский fashion-рынок 2018F. Предварительный прогноз

Fashion Consulting Group спрогнозировал три возможных сценария развития fashion-рынка в 2018 году:

Пессимистичный сценарий (2018FP) 0-1% в рублях.

Сценарий возможен в случае продолжения существующих темпов развития экономики, низкого уровня цен на нефть в пределах \$50 за баррель, продолжения экономических санкций.

Наиболее вероятный сценарий (2018F) - рост до 2-3% в рублях. Сценарий возможен при стабилизации цены на нефть (марка Brent около \$50 за баррель), укреплению рубля (не выше 59 руб./долл.) и более активному росту внутреннего производства в различных отраслях.

Позитивный сценарий (2018FO) - рост рынка составит до 4-5% в рублях. Сценарий возможен при стабилизации цены на нефть (марка Brent выше \$50 за баррель), укреплении рубля (ниже 58 руб./долл.), рост макроэкономических показателей, в том числе активный рост внутреннего производства и ВВП выше 2,3%, а также благоприятный международный политический климат.

Люкс – наиболее устойчивый из всех сегментов

Кризис рубля привел к неизбежному росту цен, инфляции и, соответственно, к сокращению располагаемого дохода покупателей после обязательных трат. Рынок одежды и аксессуаров лидирует в списке товарных



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
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



групп, на которых в ситуации необходимости начинают экономить в первую очередь. Таким образом, покупатели не только сокращают количество покупок, «донашивая» уже имеющиеся в гардеробе вещи, но и переключаются на более экономичные альтернативы покупок: переходя на дешевые бренды или целенаправленно ожидая сезона скидок.

Нижний ценовой сегмент за период с 2014 - 2016 гг. вырос с 51 до 65%, так как произошел отток покупателей из среднего сегмента в нижний. В 2017 году паритет сохранился. По итогам 2016 года многие игроки нижнего сегмента продемонстрировали двузначный рост выручки: Familia +41%, Gloria Jeans +40%, H&M +39%, Твое +20%, O'stin +19%. По итогам первой половины 2017 г. такой темп роста компании не удержали, но при этом сохранили свою долю на рынке.

Наблюдается также интересный феномен «обогащения богатых» – игроки топ-люкса в 2017 г. заявляют о росте продаж на российском рынке с 2015 г.: Burberry +200%, Tiffany & Co +30%, Prada +15%, Bogner +12%, Chanel +9%, Dior +8%. В целом, рынок люкс вышел на стабильные показатели. Если в 2015 году наблюдалась отрицательная динамика -9% в рублях, то в конце 2016 года рынок стабилизировался и вышел на +1% в рублях. Во многом это стало возможным, благодаря экономической стабилизации и росту потребительского доверия. Рост рынка в 2018 году продолжится при обязательном условии стабилизации рубля, положительной динамике ВВП и низкой инфляции. А также:

- возникновении «отложенного спроса» и возвращении высокооплачиваемых профессионалов (категории, которая «выпала» в кризис);
- Сокращении шопинг-туризма за рубеж;
- стабилизации и «нормализации» цен внутри России – выравнивание цен на люкс во многих странах благодаря «online ориентирам»;
- росте потока шопинг туристов в Россию, особенно из Китая, и развитии сервиса, ориентированного именно на эту целевую аудиторию. По оценке Fashion Consulting Group, в целом в люксовом сегменте доля продаж иностранным туристам выросла в два раза за 2015-2016 гг.

Несмотря на стагнацию рынка торговой недвижимости, в Россию выходят новые международные бренды

В первой половине 2017 года на российском рынке открыли свои первые магазины 28 брендов (источник: Магазин Магазинов). За аналогичный период 2016

года на российском рынке открылись первые точки 22 глобальных бренда, а в первой половине 2015 года – всего 13. Около половины новых ритейлеров текущего года относится к fashion-сегменту.

В 2017 году, как и ранее, на российский рынок не вышла ни одна глобальная сеть, работающая в сегменте масс-маркет. Большая часть открытий – это бренды среднего ценового сегмента, в fashion-сегменте – это средний+ и премиум. Новые международные бренды, выходившие на российский рынок за последние три года были преимущественно итальянского происхождения (50% новых брендов в fashion-сегменте 2017 года из этой страны). За первое полугодие рынок покинули 7 марок.

Реалии бельевого рынка в 2017 году: SFG – выручки больше, прибыли меньше

Что касается бельевого рынка, то ситуация выглядит следующим образом. По итогам первого полугодия 2017 года продажи группы Silvano Fashion Group выросли на 7,2%. Но примерно настолько же (на 7%) сократилась чистая прибыль владельца Милавицы, Lauma и их дистрибуционных компаний в СНГ, Балтии и Восточной Европе.

Как сообщается в отчете SFG, объем продаж группы в первом полугодии составил 32,8 млн. евро, что на 7,2% больше, чем в аналогичном периоде прошлого года. В Беларуси продажи группы выросли на 2%, составив 9,3 млн. евро. За шесть месяцев были открыты 5 новых собственных магазинов, еще 2 появились в июле. Отмечено, однако, что белорусская экономика в настоящий момент не демонстрирует никаких признаков стабилизации.

На российском рынке продажи выросли на 5,9% - до 18,3 млн. евро. В течение шести месяцев на этом рынке появилось 6 новых собственных магазинов. В июле появились еще 3 новые торговые точки холдинга. Благодаря продолжающимся инвестициям в собственную розницу, SFG впервые преодолел рубеж в 100 фирменных магазинов. По итогам первого полугодия их число составило 102 точки, из которых 63 находятся в Беларуси, 32 – в России и 7 – в странах Балтии. Также холдинг имеет 579 франчайзинговых магазинов. В Украине продажи SFG выросли на 69,1% - до 1,5 млн. евро.

Однако, несмотря на рост продаж на ключевых рынках, объемы валовой и чистой прибыли SFG пошли вниз. Так, сумма чистой прибыли составила 5,7 млн. евро, что на 7% меньше, чем в первом полугодии 2016 года.



Lora Iris



Loralris.ua



@lorairissss



LORA • IRIS



Компания «Лора Ирис» Украина, Одесса
+38050 576 22 20 +380635242568
www.lorairis.com www.vsevajure.com
e-mail: lorairiscomercial@gmail.com



Игроки рынка нижнего белья прогнозируют долгожданное расширение предложения и спроса

Рынок нижнего белья в России за последние годы пережил кардинальные изменения. Резкое падение, наблюдаемое в 2014 и 2015 годах (-14% и более), замедлилось до -5% в 2016 году.

В 2017 году наметилась стабилизация рынка и зарождение новых трендов, не присущих данному сегменту ранее. Как ни странно, но продажи нижнего белья со временем эксперты переносят в онлайн-пространство. Кроме того, в обозримом будущем, после бума так называемого попате белья, розничные операторы прогнозируют высокую конкуренцию и борьбу за покупателя посредством неизвестных ранее марок, и в конечном итоге рост продаж белья отечественного производства.

Что было до кризиса

Рынок женского белья был перенасыщен: только известных бельевых брендов насчитывалось несколько сотен. Пытаясь удовлетворить потребности покупателей, участники вынуждены постоянно предлагать потребителю что-то новое. Агентство Symbol-Marketing провело анализ потребительского поведения на российском рынке нижнего белья, и стало ясно, что не все возможности рынка использованы.

Согласно данным этого анализа, количество марок, представленных на российском рынке, каждый год увеличивалось в несколько раз. В Россию пришли производители марок среднеценовой категории из Дании (ARDI), Польши (Key), Чехии (Pelican), Латвии (Lauma, Roksa), Сербии и Черногории (Vis-a-Vis). Но ниша недорогого нижнего белья и по сей день не разработана. Ее формирует главным образом безымянное белье из стран Азии. Продукция из Китая и Кореи занимает 95% общего объема сегмента рынка недорогого белья.

Остальные 5% приходятся на российских и белорусских производителей. Российские марки на отечественном рынке высокоценовой и среднеценовой категорий не представлены, а их доля в нижнеценовом сегменте очень мала.

В спокойные времена российский рынок белья рос на 10–15% в год в деньгах и чуть медленнее в штуках. Россия рассматривалась мировыми брендами как потенциально интересный объект для расширения из-за растущих доходов населения и низких удельных объемов продаж. Однако с началом кризиса все изменилось. Как в 2014-м, так и в нынешнем году рынок в натуральном выражении падает: снижение оценивается участниками в 30–50% за два года. Виной этому – силь-

ная зависимость цены белья от курса рубля и кризис в экономике, снижающий потребительский спрос. Импортное белье дорожает практически в точном соответствии с курсом валют, но падение рубля влияет и на отечественный товар, так как он зачастую производится из иностранных тканей.

Тренды рынка в 2017-м

В настоящее время эксперты наблюдают три основные тенденции в изменении поведения покупателей в России: переориентация на марки средней ценовой категории, более осознанное совершение покупок, интерес к отечественным маркам. Об этом говорят организаторы выставки Mode Lingerie & Swim Moscow.

Потребители по-прежнему желают приобретать качественное нижнее белье и домашнюю одежду европейских марок, но в более доступном сегменте. Поэтому на рынке открываются ниши для марок среднего ценового уровня из таких стран, как Испания, Греция, Португалия, а также новым недорогим коллекциям из стран, традиционно представляющих товары класса люкс: Франция, Италия.

А стимул для развития местных игроков дал и техрегламент Таможенного союза, ограничивающий ввоз нижнего белья из синтетики с 2014 года. Кроме того, производство за пределами России стало нерентабельным.

Портрет покупателя

Наиболее активными покупателями нижнего белья являются молодые женщины 25–34 лет. Их доля расходов на нижнее белье составляет приблизительно 14,5 % от общего объема всех расходов на одежду. Европейские женщины приобретают 4–6 комплектов белья в год, в среднем по России этот показатель намного меньше – всего 1–2 комплекта.

Российские женщины, покупая нижнее белье, в большинстве своем выбирают белье производителей из России, Китая, стран СНГ, Европы. Все представленные на рынке марки трудно даже сосчитать. Доля импортного товара достигает 90%. Тем не менее, эксперты считают отечественный рынок достаточно перспективным. В так называемой корсетной группе (бюстгальтеры, трусы, корректирующая группа и купальники), по данным компании Tribuna, емкость рынка нижнего белья в РФ сегодня составляет 83 млрд. рублей.

Основными факторами, влияющими на покупку одежды, являются качество и цена, и нижнее белье не исключение. Значимость качества и цены зависит от

LUNARETTA

— LINGERIE —



Производитель:

COEMI Wiśniewscy Spółka Jawna
ul. Pabianicka 15, Chechło Pierwsze, 95-082 Dobroń, POLAND
tel. +48 43 671 31 01, +48 43 671 31 57, fax +48 43 671 32 79
www.coemi.eu

Наш дистрибьютор в России:

LUNARETTA
Москва, ул. Большая Тульская, д. 10, стр. 1, офис 137
т./ф. +7(495) 737-72-58 офис, 8-917-564-75-75
lunaretta@yandex.ru, www.lunaretta.ru



экономических возможностей покупателей. Так, в низкодходных группах цена важнее, чем качество почти для 70% покупателей.

В настоящее время можно наблюдать два варианта потребления в России. Первый - это покупка белья по объективной необходимости, стремление приобрести более доступные товары. Второй сценарий - сознательное потребление. Данная категория покупателей предпочитает приобретать продукцию тех же брендов, что и до кризиса, но реже, поскольку их коллекции теперь стоят заметно дороже. Люди не хотят терять в качестве, но они стали более разборчивыми и особенно требовательными, им нужен высокий уровень сервиса и высококачественные изделия. В целом, на российском рынке главным все же становится сегмент доступного белья. Российские потребители теперь весьма рациональны, главное для них - соотношение "цена-качество".

Бельевой дефицит

Сегодня на рынке нижнего белья можно заметить две относительно пустующие ниши. Во-первых, отсутствуют специализированные семейные магазины нижнего белья, в которых бы потребители могли приобрести необходимые товары для всех членов семьи. Во-вторых, в связи с увеличивающимся числом людей, страдающих избыточным весом, существует острая потребность в нижнем белье больших размеров, в особенности бюстгалтеров (обхват под грудью свыше 90 см, D, E, F). Магазины предлагают ограниченный ассортимент бюстгалтеров больших размеров, производителей таких изделий мало, и, следовательно, спрос покупателей на данный продукт остается неудовлетворенным.

Действительно, если говорить о спросе, то нижнее белье – товар эластичный как в прямом, так и в переносном смысле. Женщины могут легко отдать предпочтение другой марке, если не понимают дополнительных ценностей продукта.

Как правило, основными ценностями являются сочетание качества, комфорта и цены. При отсутствии этих трех составляющих российские покупательницы вынуждены приобретать более дешевое белье, лишь бы устраивала цена. Это приводит к очень высокому уровню конкуренции среди производителей, которые стараются в кризис экономить на качестве и функциональности продукции. Дополнительными факторами для покупки белья могут стать дизайн изделия и эмоции, которые вызывает сам бельевой бренд, его история и традиции.

Интересный факт

Экономисты и фондовые аналитики отслеживают массу необычных параметров, пытаясь предсказать движения рынков в обозримом будущем или хотя бы понять, что происходит вокруг. Как ни странно, довольно точные предсказания дает «индекс мужского белья» – объем продаж трусов и маек (в деньгах), по крайней мере, в США.

Идея, стоящая за этим индексом, изобретение которого приписывается бывшему председателю ФРС США Алану ГРИНСПЕНУ, проста. Когда в экономике все хорошо, продажи мужского белья стабильны, точнее, слабо и ровно растут вслед за ростом цен и доходами населения. В отличие от женщин, мужчины не воспринимают «интимную одежду» как признак статуса или каприз и относятся к ней сугубо функционально: пришло в негодность – пора покупать новую пару. Зато в условиях спада экономической активности или рецессии мужчины оттягивают срок покупки новых трусов, справедливо полагая, что с заменой невидимых предметов гардероба можно и подождать, а на особый случай достаточно иметь выходную пару. Соответственно, продажи снижаются, что и становится сигналом для экономистов. После окончания тяжелых времен мужчины восстанавливают запасы белья, резко поднимая продажи, а потом снова наступает затишье. Белье используется для этого индекса не случайно: в отличие от прочей одежды и товаров бытового потребления, его продажи со временем колеблются очень слабо, поэтому если что-то в экономике продавливают кривую продаж хотя бы на 2–3%, то можно с уверенностью говорить о том, что весь розничный рынок испытывает проблемы, а вместе с ним и экономика страны в целом

По материалам интернет-изданий мы собрали для читателей нашего журнала наиболее информативные материалы о ситуации на бельевом рынке в 2017 году. Предупрежден, значит, вооружен: на примере данных о состоянии отрасли каждый предприниматель может проанализировать итоги прошедшего периода, сделать выводы и определить стратегию развития своей компании.

Источники:

Materials Fashion Consulting Group

www.news.21.by

www.kvnews.ru

www.fashionunited.ru

Gabriella®

CALZE &
COLLANT

КОМПАНИЯ GABRIELLA ПРИГЛАШАЕТ К СОТРУДНИЧЕСТВУ!

Производим для сетей под Вашим брендом!
Поставки из Польши это мобильность и эластичность!

GABRIELLA

91-341 Łódź
ul. Brukowa 13
tel. 48 42 679 26 97
e-mail: export@gabriella.com.pl
говорим по русски

Наши представители в России

Группа компаний "Диалог"
АДРЕС: г. Ставрополь,
ул. Ковалева 19, 355008.
ТЕЛЕФОН:
8-8652-28-48-05, 28-48-06
stavropol@dialog26.ru
www.dialog.ru

АДРЕС: г. Краснодар,
ул. Вишняковой 2,
литер Л 2 этаж
ТЕЛЕФОН:
8-938-414-29-17

АДРЕС: г. Пятигорск,
р-он рынка «Лиры»
ТЦ «Хорошевский»
ТЕЛЕФОН:
8-961-462-61-22

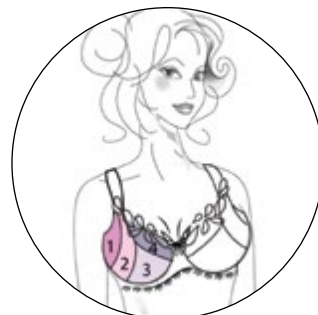
АДРЕС: г. Ростов-на-Дону
пр. Шолохова, 2826
ТЕЛЕФОН:
8-938-102-09-89

Компания SOLLERY
АДРЕС: 127427, г. Москва,
ул. Академика Королева, 21
ТЕЛЕФОН: +7 495 134 26 70
e-mail: info@sollery.ru

ОСОБЕННОСТИ КОНСТРУКЦИИ BIG CUP SUPPORT

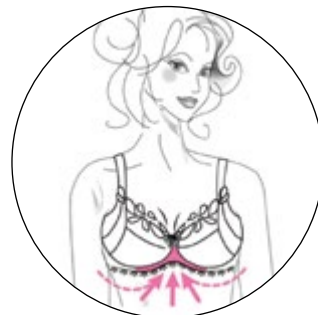
Крой чашки (4 элемента)

Эластичный и стабильный материал – это еще не все. Надежная поддержка в бюстгальтерах серии Big Cup Support обеспечивается, прежде всего, особой конструкцией чашки, состоящей из четырех элементов. Благодаря такому крою, грудь поддерживается намного лучше и приобретает идеальную форму, что позволяет создать красивую линию декольте. Подобный технологический прием также обеспечивает свободу движений и делает фигуру визуально стройнее.



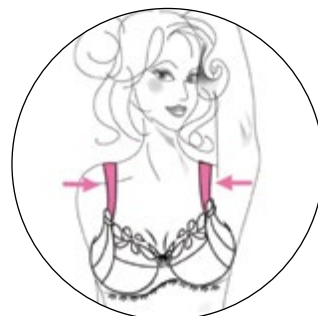
Высокая и узкая кокетка

Более высокая, чем в стандартных бюстгальтерах, кокетка обеспечивает необходимую поддержку большой груди, а уменьшенная ширина не дает грудным железам «разъезжаться» в стороны.



Бретели

По сравнению со стандартными, бретели в бюстгальтере серии Big Cup Support немного сдвинуты к центру и расположены примерно посередине плеча, что не дает им сползать. Кроме того, они несколько шире стандартных, что обеспечивает комфорт на протяжении всего дня.



Спинка бюстгальтера

Прочная и стабильная ткань в задней и боковой частях гарантирует надежную поддержку груди. Благодаря дополнительным усиливающим вставкам, материал сзади не растягивается, а бретели не спадают.



ROSA FAIA
BEAUTYFULL

ROSA FAIA

BEAUTYFULL

SELMA ДЕЙСТВУЕТ НА ЧУВСТВА

Новая люксовая коллекция серии Rosa Faia
- чашки до размера J

Selma - это женственность в чистом виде. Шикарное декоративное белье, полностью сшитое из кружева, благодаря великолепным фасонам идеально поддерживает грудь, подчеркивая ее красоту. Из трех видов бюстгалтеров фирмы Anita внимание привлекает модель особой конструкции Special Big Cup Support (5635, 65-95 F-J) с чашкой из четырех частей, подшитой мягкой тканью низкой эластичности. Боковые усиливающие панели обеспечивают груди дополнительную поддержку. Бретели украшены кружевом, благодаря чему модель приобретает еще более женственный характер.

В коллекции Selma предлагаются также две новые модели бюстгалтера: кружевной на косточках (5634, 70-105 B-E) и кружевной без косточек с усиленной чашкой (5636, 70-95 A-E). Кроме того, в коллекцию входят два вида кружевных трусов: секси-шорты (1335, 36-44) и закрытые трусы (1336, 36-50).

Коллекция Selma выпускается белого и черного цветов.



www.anita.com

ВОСХИТИТЕЛЬНЫЕ КОЛЛЕКЦИИ

LISCA ОСЕНЬ-ЗИМА 2018/2019

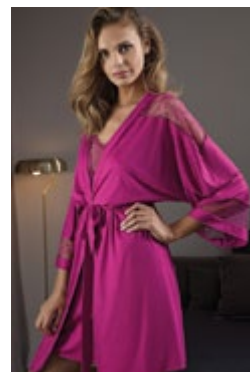
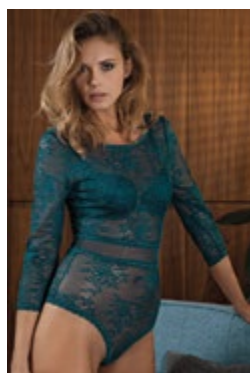


Современная женственность от Lisca Fashion

Каждая коллекция этой марки неизменно объединяет в себе классическую элегантность, современные и проверенные фасоны, высококачественные материалы и комфорт. Подчеркнуть новизну моделей помогают роскошная вышивка, жаккард и кружево в сочетании с молодежными элементами, модным кроем и интересной комбинацией цветов. Сетка в мелкий горошек, цветковые миксы, блестящие эластичные бретели, цветочная вышивка, прозрачные вставки, зимние принты, кружевные арабески, флокированные бархатистые детали – благодаря подобным элементам, любая женщина найдет в коллекции что-нибудь для себя. Среди фасонов, предлагаемых от размера А до Н, по-прежнему популярными остаются бюстгалтеры с воротничком и пушеры без косточек, а также трусы с завышенной талией. Помимо нижнего белья в коллекцию включена женственная и удобная одежда для сна и спортивно-элегантная повседневная одежда.

Обаяние роскоши от Lisca Selection

Любой женщине необходимо время, которое она может посвятить самой себе, ведь каждая из нас заслуживает самого лучшего. Коллекция Lisca Selection делает акцент на чувственности и женственности: прозрачное кружево, едва прикрывающее наготу, сетка, сатин и трикотаж, декоративная тесьма и модели с минимальным количеством швов – все это помогает создать атмосферу обольщения. Аппликации из плюша, полупрозрачная плиссировка, элегантная вышивка и стилизованные цветочные мотивы, а также кристаллы Сваровски подчеркивают красоту женственных силуэтов современных гедонисток, которые стремятся к романтике, не желая терять комфорт. Оригинальные модели бюстгалтеров в размерах от А до Е, а также пояса для чулок непременно заинтеригуют любительниц моды. Коллекция притягивает взгляды, благодаря использованию цветов петроль и фуксия, а также классического черного.



LISCA

A woman with long, wavy brown hair is modeling a teal-colored lace lingerie set. The set includes a bra with thin straps and high-waisted briefs. She is also wearing matching teal lace gloves. She is holding a teal clutch bag in her left hand. The background is a vertical wood paneling.

ООО LISCA MODA

Nab. Akademika Tupolova

dom 15, Korp. 28

RU - 127006, Moscow

Tel: +7(495)221-25-80

+7(495)221-25-81

Mob: +7(915)403-22-44

lisca.moskva@lisca.si

www.liscamoda.ru

ATOMOS GROUP Ltd

Showroom

Dnipro 49000

22, D. Yavornytskoho ave

Tel.: +386050-480-23-16

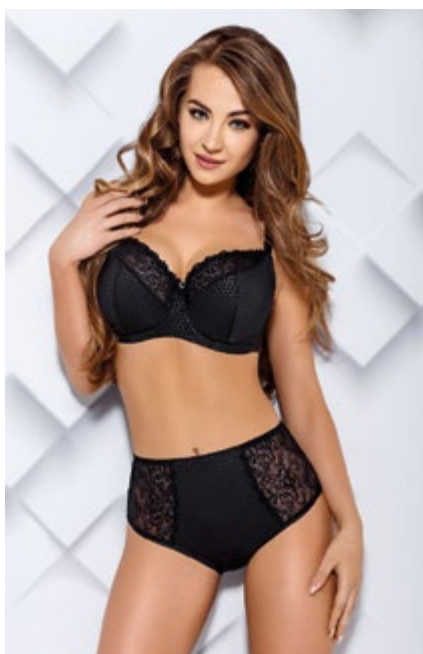
+38050-488-06-06

opt@lisca.com.ua

www.lisca.com.ua

ДЛЯ КОМФОРТА, КРАСОТЫ И ФЛИРТА

Компания VENA специализируется на производстве высококачественного, модного и красивого нижнего белья для роскошных женщин.



Мы производим изделия широкого размерного ряда: бюстгалтеры от 65 E до 95 F, трусы от S до XXXL. Женское белье VENA отличается элегантностью и разнообразием форм и цветов. В наших моделях мы используем высококачественные материалы, кружева и вышивки ведущих испанских, итальянских, французских, австрийских и польских производителей. Гарантируем хорошую посадку и соответствие размерам. Наши дизайнеры постоянно улучшают конструкции, разрабатывают новые модели, следят за мировыми тенденциями, внедряют современные технологии и материалы. Швейный цех в нашей компании оснащен современным оборудованием. Цель компании VENA –

создавать красивое женское нижнее белье по выгодным ценам.

LET'S DUCK – эротическое белье, разжигающее чувства влюбленных! Превосходные материалы, яркий дизайн, тройной контроль качества – вот отличительные черты нашей продукции! Для вашего вдохновения к каждому комплекту белья LET'S DUCK мы предлагаем CD-диск Sensual Chill, который поможет создать в спальне романтическую атмосферу. Манящий аромат розы и элегантная подарочная коробочка порадуют поклонников соблазнительного белья. Головокружительное описание белья воспламенит Ваши чувства – их использование во флирте может закончиться успехом.



VENA®

lingerie

www.vena-bielizna.pl



ПРИГЛАШАЕМ К СОТРУДНИЧЕСТВУ!

VENA

Handlowa 7

15-399 Białystok

biuro@vena-bielizna.pl

skype vena.lingerie

+48 85 732 60 77



Let's Duck

SEDUCTIVE LINE

www.letsduck.eu

EVA

– ГАРМОНИЧНАЯ КРАСОТА

В осенне-зимней коллекции Eva Dessous (Naturana) на сезон 2018/2019 преобладают спокойные тона (кремовый, карамельный, белый и черный) и сезонные цвета (графит, абрикос, кобальт и темная зелень). Модели белья гармонично дополняют одежду для отдыха Eva Loungewear.



Кроме микрофибры, для производства одежды использовано жаккардовое полотно, кружево, тюль и сетка, разнообразная структура которой позволяет соединять элементы друг с другом. В связи с большим интересом к коллекции, в новом сезоне будет расширена размерная сетка. Тринадцать моделей шьется до чашки E, а четыре – до F. Коллекция белья состоит из 11 серий. Eva Pure Shape – это сочетание тюля и формованных чашек с новаторскими фасонами. Eva Nude Beauty изготовлена из очень нежного тюля и выпускается в диапазоне размеров 70-85 (D-F). Бюстгалтеры серии Eva Cleancut из мягкого формованного материала неза-

метны под одеждой. Eva Reef Beauty и Mesh Beauty сшиты из тюлевого жаккардового полотна, а Lacy Shape и Lace Beauty – из чистого кружева, которое придает изделиям особую благородность. Коллекция Eva Loungewear состоит из 28 элегантных современных моделей. Изысканные фасоны украшены декоративными элементами, придающими изделиям женственный характер. Начиная с этого сезона, модели одежды для дома и отдыха будут выпускаться от 36 до 46 размера. В ассортимент входят блузки, блузы, рубашки и платья, а также длинные брюки и накидки. Изделия изготовлены, главным образом, из микрофибры, фланели, хлопка и вискозы.

20.–22.1.2018 SIL в Париже, «Еuroхро» стенд А49
19.–22.2.2018 СРМ в Москве, ЭЦ «Красная Пресня»
стенд 24 D10

Вашему вниманию будут
представлены осенне-зимние
коллекции 2018 года.



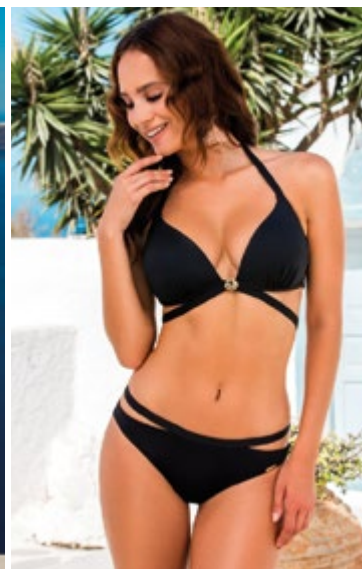
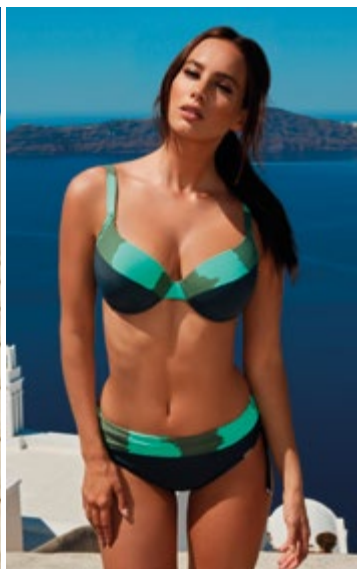
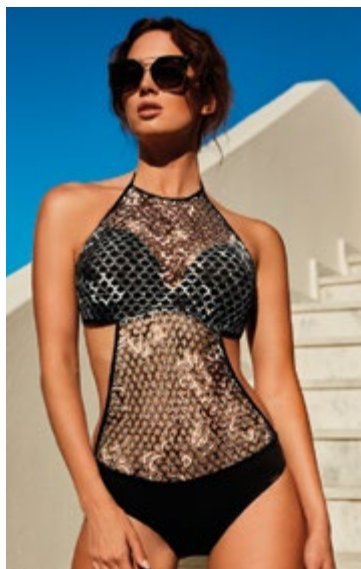
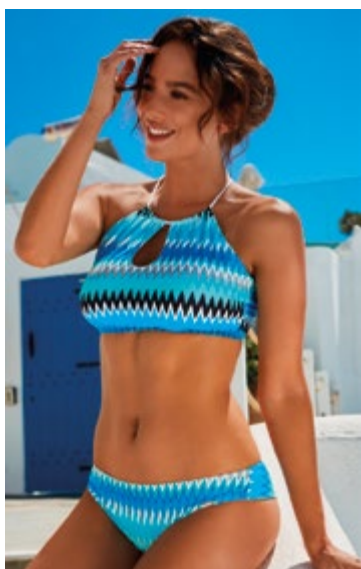
EVA lingerie/swimwear

c/o NATURANA Dölker GmbH & Co. KG
Tel.: +49-70 72-12-340 · Fax: +49-70 72-12-178
www.naturana.com · info@naturana.de

MADORA

– ШИК НА ПЛЯЖЕ

Фирма Madora, основанная в 1996 году, специализируется на производстве купальных и пляжных костюмов. Мы уделяем большое внимание элегантности и хорошему вкусу, наши изделия отличаются комфортом и удобством.



При производстве наших изделий используются материалы высочайшего качества от ведущих европейских производителей Carvico и Jersey Lomellina, а вся продукция систематически совершенствуется, благодаря внедрению новых производственных технологий. Ежегодно вниманию наших покупателей и партнеров мы представляем новую коллекцию купальных костюмов разнообразных фасонов и расцветок, соответствующих актуальным модным тенденциям.

Каждая женщина, независимо от типа фигуры, обязательно найдет в нашем ассортименте подходящие для себя модели. Коллекция на лето-2018 наполнена живыми красками, которые подарят ощущение исключительности на пляже. Сочетания модных гармоничных

рисунков, разработанных итальянскими дизайнерами, придают моделям изысканный вид и подчеркивают красоту женского тела.

В нашей коллекции представлен широкий ассортимент фасонов. Наряду с популярными моделями с традиционными чашками, мы предлагаем и другие виды купальников, например, танкини (комплект из трусов и топа). Популярность приобрели также трусы в виде шорт, которые стали интересной альтернативой классическим фасонам. Бюстгальтеры на косточках с мягкими чашками и сборками идеально подчеркивают форму груди. В нашем ассортименте также предлагаются купальники, отличающиеся спортивным характером, для женщин, которые любят активный отдых.



www.madora.pl

madora
BEACH DESIGN

САМОЕ ЖЕЛАННОЕ БЕЛЬЕ

Весенняя коллекция марки PariPari из 17 моделей продумана до мелочей. Основной акцент был сделан на модную цветовую гамму, которой всегда интересуются клиентки.



В модели Camri чашки состоят из двух слоев трикотажа и сетки разных цветов: черного и белого, белого и черного, черного и бежевого. Особенно интересно выглядит эффект двух слоев на трусах различных фасонов.

Аналогичный эффект двухслойности представлен в черно-красной модели Catherine.

Контраст черного кружева и бежевого фона в модели Imi позволяет выгодно продемонстрировать изысканность плетения.

Tavia – это потрясающе выглядящая черно-розовая вышивка, дополненная изысканной лентой между чашками, на штанинах шорт и в задней части стрингов, что придает изделиям нотку пикантности.

Прекрасно продающиеся модели Sari и Abby выпускаются в этом сезоне и в бежевом цвете.

Новая модель Nadine интересна сочетанием белых и фиолетовых элементов вышивки. К бюстгальтеру пушап можно подобрать три варианта трусов (стринги, закрытые и боксеры).

Mia – также новая модель. В комплект входят мягкий бюстгальтер и три фасона трусов, а также обольстительный пояс для чулок. Элегантное кружево нежно окутывает тело. Модель прекрасно сочетается со стрингами. Бюстгальтеры выпускаются в размерах 65-95 (обхват под грудью) с чашками A-H, а трусы от размера S до XXL.

PariPari – это современная марка дамского белья с более чем двадцатилетним опытом работы на рынках. Ее продукция продается не только в Западной Европе и США, но также в России и на Украине, где у нее есть собственные дистрибьюторы.



Pari Pari



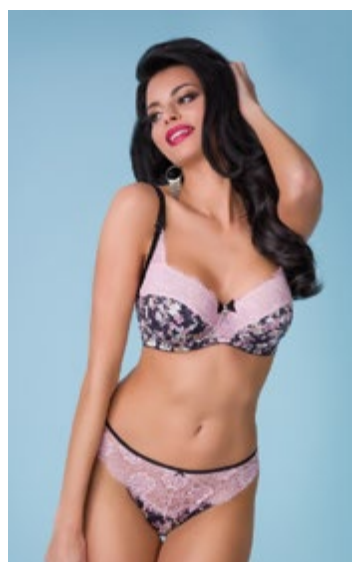
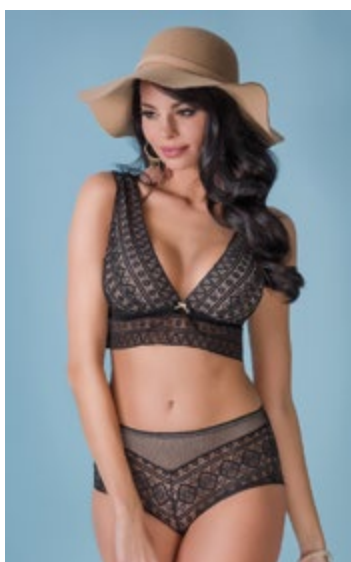
**НАШИ
ДИСТРИБЬЮТОРЫ:**

Россия: REDSALE
115230, Москва, Каширское ш., 1, к. 2
+7 916 650 38 43, info@redsale.ru

Украина: KARINA RICHI
+ 38 066 222 17 01
+ 38 096 460 27 55
shop@karina-richi.com
www.karina-richi.com

ALLES – НА ГРАНИ ХРУПКОСТИ И СОВРЕМЕННОСТИ

2018 год – это новые и смелые тенденции в белье. Вслед за меняющейся модой Alles создает удобные, необычные и оригинальные коллекции.



Геометрическое море – характерный тренд приближающейся весны. Морские глубины дарят палитру нейтральных цветов, погружая в состояние плавности и невесомости. Волнующе-романтические элементы смешиваются с геометрическими формами, линиями и углами. В этот необыкновенный тренд идеально вписываются коллекции Alles: Night Blue, Memoгу и Next, чья цветовая гамма навеяна морской жизнью. Это идеальный коллаж для женщин, которые не боятся сочетания современности и хрупкости.

Источником вдохновения для тренда **Сад Тропикана** стал мир ботаники, а белье в нем обладает ярким и смелым характером. Нежные пастельные и нейтраль-

ные тона сочетаются с сеткой, тюлем и выразительным кружевом, подчеркивающим красоту женского тела. Коллекции Elayna, Dolce и Ette – идеальное отражение тенденции. Атлас и высококачественное кружево придают коллекциям люксовый характер. Это предложение для ярких, сильных и блистательных женщин, которые знают, что им нужно.

Спортивный манифест – смелые цвета и спортивная отделка для уверенных в себе и раскрепощенных женщин. Мода на подтянутый внешний вид проникла и в мир белья Alles. Спортивные акценты и отделка подчеркивают решительный женский характер, однако не отменяют нежность, утонченность, чувственность и сексуальную привлекательность.


RÖSSLI
STYLED IN SWITZERLAND



Rössli, ул. Łowicka 127, 96-100 Skierniewice, Польша, тел.: +48 602 576 308 e-mail: info@rossli.pl, www.rossli.eu  [rossli.nightwear](https://www.facebook.com/rossli.nightwear)

Официальные представители

в России: Оптовый склад «BIKINITOP», г. Москва, метро Чертановская, Северное Чертаново, дом 5, ОСК «Балаклавский» офис-склад 106
тел.: +7 (499) 755-81-11, +7 (926) 450-88-20, +7 (917) 530-91-10, e-mail: BikiniTop12@yandex.ru, www.BikiniTop.ru

в Украине: TOV Sville, ул. Драгоманова, 29, Киев, тел.: +380 97 269 28 94

РЫНОК БЕЛЬЯ ВЧЕРА И СЕГОДНЯ: ЧТО ВЛИЯЕТ НА МЕТОДЫ ПРОДАЖ И АССОРТИМЕНТ

В рамках выставки Mode City Джейн Зингер (Inside Fashion) поделилась своими взглядами на рынок белья и определила шесть направлений, по которым он будет развиваться. Если мы хотим идти в ногу со временем и быть готовыми к изменениям, происходящим в торговле, то стоит принять во внимание ее советы.

Начнем с пессимистической ноты: рынок белья в частности и рынок моды в целом переживают кризис. В межсезонье продажи идут нестабильно, наценки существенно снижаются, да и мода перестала вызывать интерес у большинства потребителей. Намного больше эмоций возникает в связи с выходом новых моделей мобильных телефонов, планшетов и других электронных гаджетов. В чем причина? Казалось бы, в продажах через Интернет. Но так ли это?

Миф интернетного Эльдорадо

Согласно исследованиям, всего 10-15% продаж совершаются через Интернет, однако именно этому виду продаж посвящено 90% внимания СМИ, что порождает распространенную ошибку. То есть, если хотя бы 85% продаж происходит в стационарных магазинах, это значит только одно: этот канал сбыта необходим в большинстве отраслей. Особенно, если учесть, что покупки через Интернет имеют свои отрицательные стороны. Это прекрасный инструмент для покупателей, но так ли он хорош для продавцов? Этот вид продаж в значительной степени основан на простом алгоритме: изнуряющей борьбе за цену. При этом такая составляющая, как верность марке, в сети равняется практически нулю – достаточно, чтобы кто-то предложил товар дешевле, и «верный» клиент исчезает. Кроме того, огромные расходы идут на бесплатную доставку и обслуживание возвратов, что при продаже белья про-

исходит очень часто. В Интернете сложно пробиться и с новой маркой, тогда как, согласно статистике, в стационарном магазине при умелом обслуживании вероятность успеха марки на несколько десятков процентов выше. Не говоря уже о том, что клиенты, в общем и целом, любят совершать покупки в традиционных бутиках, поскольку поход в магазин для них часто является развлечением, отдыхом, своего рода ритуалом.

Так в чем же причина кризиса? Почему все больше и больше магазинов закрываются? Уже в 1992 году, задолго до того, как интернет-торговля стала обычным явлением, эксперты били тревогу: в Америке слишком много магазинов по отношению к количеству покупателей. Такая же ситуация через некоторое время сложилась и в Европе. Поэтому проблема заключается не в самой традиционной продаже, а в том, что существует слишком много магазинов, желающих что-либо продать. Подтверждением важности традиционных продаж является то, что крупнейшие интернет-магазины начали открывать стационарные площадки. Amazon с 2015 года последовательно расширяет сеть своих магазинов, Alibaba не так давно приобрел торговую галерею, не говоря уже о фирме Apple, имеющей в распоряжении более 500 стационарных магазинов, в которых всегда много народа. Почему самые крупные интернет-магазины переходят в оффлайн? Они видят в этом потенциал. И хотя сначала торговля через Интернет привела к огромному росту продаж, все равно в

процентном соотношении она составляла всего лишь небольшую их часть. Интересно и то, что 69% клиентов в США, которые при покупке через Интернет выбрали вариант получения товара в магазине, купили там еще что-то. Поэтому столь важно соответствующим образом координировать стратегию продаж офлайн и онлайн. Самого большого успеха можно достичь, умело сочетая эти два канала. Например, чтобы не потерять авторитет и доверие клиентов, информация в сети не должна отличаться от информации в стационарном магазине. В качестве отрицательного примера можно отметить разные цены в традиционном и интернет-магазине.

В поисках исключительности

На рынке, перенасыщенном товарами, самое главное – отличаться от конкурентов. Если клиент видит в нашем товаре нечто особенное, обладающее дополнительными достоинствами, он быстрее примет решение о покупке. Кроме того, эти дополнительные качества помогают понять, почему наш товар стоит дороже. Поэтому, чтобы увеличить продажи и вырваться из ловушки вечных акций и распродаж, нужно найти способ сделать марку исключительной, отличающейся от других. Выделиться можно, например, используя материалы премиум-класса. Они помогут рассказать красивую историю о товаре. Именно поэтому, сегодня нишевые марки переживают ренессанс. Маленькие компании могут себе позволить использовать более качественные материалы и устанавливать более высокие цены, поскольку они по природе своей созданы для избранных покупателей и идеально вписываются в новые настроения потребителя: покупай меньше, да лучше. Минимализм, гардероб, состоящий всего из 10-20 элементов, является новой ведущей тенденцией. Базовые модели одежды можно приобретать у крупных марок, а то, что будет решающим в определении стиля, можно найти у нишевых производителей, поскольку именно они смогут удовлетворить такие потребности. Кроме того, подобные марки вступают в более близкие отношения с покупателем, что создает впечатление индивидуального подхода. В переводе на язык белья это означает следующее: гладкий бежевый бюстгальтер можно купить у крупного производителя, а неповторимые комплекты белья, являющиеся олицетворением характера и темперамента женщины, – у нишевых марок. Для большинства участников рынка, планирующих коллекции с учетом желаний целевой группы, разумным будет внедрять в них нишевые марки. При этом в обоих случаях самым важным остается качество.

Еще одним способом увеличения продаж является обращение к новым рынкам и возможностям, которые



We love
COLORS
of nature
www.key.com.pl



ШЕСТЬ КЛЮЧЕВЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ПРОДАЖ:

1. Использование преимуществ оффлайн, чтобы сформировать отношения с клиентами и собрать сведения о них, помня о том, что оффлайн – это 85% продаж.
2. Производство с использованием материалов премиум-класса, чтобы создать дополнительные преимущества и рассказать историю о товаре. Рост значения нишевых марок, которые удовлетворяют потребность обладания уникальным товаром.
3. Развитие торговли на новых рынках, что скомпенсирует замедление продаж на уже завоеванных пространствах.
4. Возврат к мультибрендовым магазинам с более интересным ассортиментом, чем в традиционных концепт-магазинах.
5. Высокое качество обслуживания, способствующее формированию преданности клиентов и позволяющее достичь лучших результатов продаж.

они открывают. Естественно, самым важным направлением является Китай, который в 2016 году отметил 12% роста продаж белья. В общем и целом, на развивающихся рынках зарплата растут быстрее, чем на старом континенте, а спрос на товары еще не до конца удовлетворен. Обращение к новым рынкам, однако, связано с необходимостью эластичного подхода к формированию коллекций с учетом географической широты.

Сила разнородности

Еще одним существенным изменением рынка, на которое стоит обратить внимание, является возврат к мультибрендовым магазинам. После периода создания сетей собственных монобрендовых бутиков возвращается мода на магазины, в которых под одной крышей предлагается несколько марок. Причина этого проста: стоимость содержания собственных магазинов становится слишком высокой. Кроме того, мультибрендовый магазин в состоянии сбалансировать сезонные различия в популярности товара, а также позволяет проявить более креативный подход к маркетингу и визуальному мерчендайзингу. По словам Джейн Зингер, мультибренды могут стать для клиентки полной сюрпризов и эмоций пещерой Али-Бабы, в которой сокрыто нечто новое и необыкновенное. Однако необходимо соблюдать меру. В крупных заваленных одинаковым товаром магазинах без грамотного обслуживающего персонала, нет ничего хорошего. Поэтому необходимо позаботиться о том, чтобы бутик был оптимальной площади. Также надо ответить себе на вопрос: что именно мы хотим предложить нашим клиенткам, и чего они ждут от нас? Возможно, ключ к

ответу на этот вопрос – в правильном обслуживании покупателей. Если его уровень невысок – ничего не остается делать, как поддаться ценовой борьбе. Что значит грамотное обслуживание? Прежде всего, это компетентность сотрудников. Индивидуальный подход к клиентке, учет ее вкусов, возраста и финансовых возможностей. Ведь именно благодаря этому, женщина сможет почувствовать свою исключительность и получить информацию, которая поможет ей принять правильное решение и совершить покупку.

AM





Sis

МУЖСКОЕ
И ЖЕНСКОЕ БЕЛЬЕ,
ПИЖАМЫ, НОСКИ,
НОСОВЫЕ ПЛАТКИ

www.sisunderwear.com

Представительство

ООО «БетаШоп»

8 (800) 775-17-31

+7 (966) 387-09-93

e-mail: sisoptom@gmail.com

КРИЗИС РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ 2017

ДЕЛО НЕ ТОЛЬКО В AMAZON

Несмотря на экономический рост, сотни розничных магазинов и торговых центров закрываются. Последние два года для сферы розничной торговли были катастрофическими, и это коснулось всех: от маленьких магазинов в пригородах до крупных торговых центров на Манхэттене.

За 2017 уже случилось 9 банкротств торговых сетей – столько же, сколько за весь 2016. J.C. Penney, RadioShack, Macy's и Sears объявили о закрытии более 100 магазинов. Sports Authority ликвидированы, а Payless подали заявление о банкротстве. Акции нескольких компаний-производителей одежды достигли новых многолетних минимумов, среди них Lululemon, Urban Outfitters и American Eagle, а Ральф Лорен объявил, что закрывает свой флагманский магазин Polo на Пятой авеню, который был одним из нескольких брендов, определявших лицо этой знаменитой улицы. Глубокая рецессия могла бы объяснить это массовое вымирание крупных ритейлеров, но ВВП растет уже восемь лет подряд, цены на газ низки, уровень безработицы ниже 5%, а последние 18 месяцев у работников росла заработная плата, особенно у американцев со средним и низким уровнем доходов. Итак, что происходит? Реальность такова, что общие розничные траты (вся статистика в материале касается по большей части США – прим. ред.) продолжают неуклонно расти, несмотря на некоторое снижение темпов. Но несколько тенденций, в том числе рост электронной коммерции, избыток торговых центров и неожиданные последствия возрождения ресторанов, привели к тому, что лицо американских магазинов меняется.

Ниже – три объяснения кризиса американской розницы.

1. Люди стали совершать намного больше покупок через Интернет

Самое простое объяснение заката розничных магазинов кроется в том, что Amazon поедает розничную торговлю. Между 2010 и 2016 продажи на Amazon в Северной Америке выросли с 16 до 80 млрд. долларов. Доход Sears в прошлом году составил около \$22 млрд,

то есть Amazon выросла на три Sears за шесть лет. Еще более примечательно то, что, по некоторым данным, половина всех домашних хозяйств США теперь являются абонентами Amazon Prime (платный сервис Amazon, который обеспечивает наиболее быструю доставку потребителю – прим. ред.).

Но проблема розницы глубже, чем деятельность Amazon. Интернет-магазины давно и хорошо зарекомендовали себя в сфере продаж развлечений, таких как книги и музыка. Правила простого возврата сделали онлайн-шопинг дешевым, легким и безрисковым при покупке одежды, которая в настоящее время является самой большой категорией электронной коммерции. Успех стартапов, таких как Casper, Bonobos и Warby Parker (постельные принадлежности, одежда и очки соответственно) заставил розничных торговцев в физических магазинах предлагать подобные условия и стремиться к такому же удобству, как в Интернете. Более того, мобильные покупки, когда-то представлявшие из себя мучительный ввод цифр кредитных карт между всплывающими объявлениями, становятся легче, благодаря приложениям и мобильным кошелькам. С 2010 года мобильная коммерция выросла с 2 % цифровых расходов до 20%.



Рост мобильных покупок — данные Cowen Research

Раньше люди могли съездить в магазин несколько раз, прежде чем совершить дорогую покупку, например, диван. В каждой поездке они, вероятно, совершали некоторое количество небольших сопутствующих покупок, пока бродили вокруг. Но сегодня многие потребители могут прицениваться и рассматривать все варианты в Интернете, а это приводит к сокращению прогулок по торговым центрам и снижению количества случайных покупок в соседних магазинах («Я устал, пойдем домой... О, подожди, прямо там есть DSW, мне нужны новые кроссовки»).

Для магазинов всегда останется место: людям нравится осматривать красивые торговые залы и трогать пальцами мягкие ткани. Однако рост электронной коммерции не только переносит некоторые покупки в сеть, но и создает новые поведенческие привычки, в результате которых потребители постепенно видят в сети хорошую замену своему местному торговому центру.

2. В Америке построено слишком много торговых центров

Сегодня в Америке около 1200 торговых центров. Через десять лет их может остаться около 900. Но это нельзя назвать «смертью торговых центров», хотя и является неизбежным упадком.

По данным Cowen Research, рост числа торговых центров в США в процентном отношении в два раза обгонял рост населения в период между 1970 и 2015 годами. В США на 40% больше торговых площадей на душу населения, чем в Канаде; в пять раз больше, чем в Великобритании; и в 10 раз больше, чем в Германии. Поэтому неудивительно, что Великая рецессия нанесла такой разрушительный удар: по данным компании Cushman and Wakefield, занимающейся исследованиями в области недвижимости, количество посещений магазинов снизилось на 50% в период между 2010 и 2013 годами, и с каждым годом этот показатель уменьшается.

	Shopping Center GLA (sq ft, MM)	Population (MM)	GLA Per Capita
	2015*		
U.S.	7,567	321	23.5
Canada	589	36	16.4
U.K.	299	65	4.6
France	254	66	3.8
Spain	157	46	3.4
Italy	169	61	2.8
Germany	191	81	2.4

*France & Germany 2014

Торговые площади в расчете на одного человека, по странам
— данные Cowen Research



*Мы не создаем искусство,
мы его производим*

AKCENT Оксана Зайченко
ул. Bratyslawska 23
94-044 Łódź, Польша
тел.: +48 691417698
e-mail: akcent.lodz@gmail.com

В подробной статье, посвященной кончине розницы, аналитики Cowen Research предположили несколько причин «структурного разрушения» торговых центров после Великой рецессии. Во-первых, стагнация заработной платы и рост расходов на здравоохранение сдерживают потребительские расходы на вещи не самой первой необходимости, такие как одежда. Во-вторых, рецессия нанесла удар по брендам, таким как Hollister и Abercrombie, которые процветали в 1990-х и 2000-х годах, когда крутость в коридорах средней школы определялась размером логотипа, изображенного на рубашке-поло. В-третьих, по мере того, как потребители все большее внимание стали уделять скидкам, дискаунтеры и магазины быстрой моды отхватили долю рынка в универмагах, таких как Macy's и Sears.

Наконец, супермаркеты – это сетевые магазины, и когда сеть испытывает трудности, они отражаются на всех ее частях (к примеру, платное телевидение, где в последние несколько лет ESPN потеряло миллионы подписчиков в одной из своих ключевых демографических групп: молодые люди отказываются от кабельной подписки, которая имеет решающее значение для компании). В розничной торговле, когда, к примеру, основным арендатором является Macy's, которая испытывает трудности, это означает, что проблемы начинаются и у American Eagle. В некоторых магазинах предусмотрены условия «совместного съема», который дает арендодателю возможность расторгнуть договор аренды, если основной арендатор съезжает. Уход одного или нескольких арендаторов может в конечном итоге привести к закрытию всего торгового центра.

3. Американцы перераспределяют свои расходы с розницы на питание с друзьями

Даже если электронная коммерция и переизбыток торговых площадей являются причиной закрытия тысяч розничных магазинов, то почему, несмотря на это, заработная плата для работников с низкими доходами растет быстрее, чем когда-либо с 1990-х годов?

Во-первых, хотя рост заработной платы, очевидно, значителен для работников и экономики в целом, он не затрагивает компании с низкой маржей, которые полагаются на дешевые розничные магазины. Кассиры и продавцы являются двумя самыми крупными категориями рабочих мест в стране, в них работают более 8 миллионов человек, а средний доход для обеих профессий составляет менее 25 000 долларов в год. Но в последнее время новые законы о минимальной заработной плате и жесткий рынок труда подтолкнули вверх зарплаты самых бедных, создавая проблемы розничным торговцам, которые уже находятся под давлением со стороны Amazon.

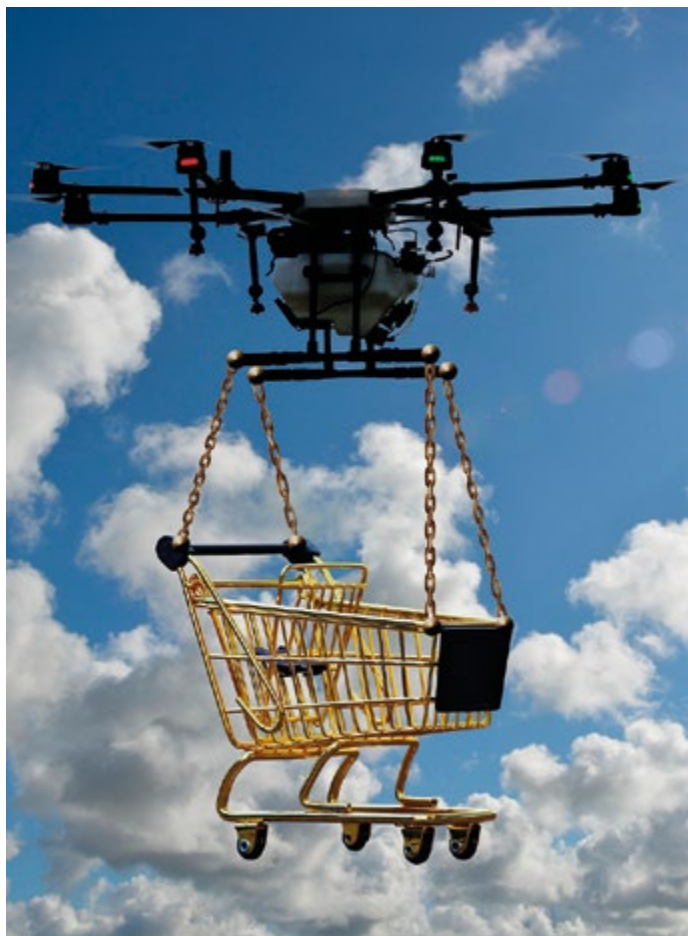
Во-вторых, количество магазинов одежды уменьшилось, поскольку потребители больше тратят на путешествия и рестораны. До Великой рецессии люди покупали много вещей, таких как дома, мебель, автомобили и одежду, поскольку розничная торговля резко выросла в 1990-х годах. Но многое изменилось. Расходы на одежду снижаются – ее доля от общих потребительских расходов в этом веке сократилась на 20 %. Что происходит? Путешествия быстро растут. Гостиничный бизнес на подъеме. Ежегодно с 2010 года увеличивается пассажиропоток внутренних рейсов, а в прошлом году авиакомпания США установили рекорд, перевезя 823 миллиона пассажиров. Рост ресторанного бизнеса весьма активен. С 2005 года продажи в данной сфере росли в два раза быстрее, чем все остальные розничные расходы. В 2016 году, впервые в истории, американцы потратили больше денег в ресторанах и барах, чем в продуктовых магазинах.



Непродовольственная розничная торговля, рестораны и бары: 1992-2016 Данные — St.Louis Fed.

И в этом есть социальная составляющая. «Многие молодые люди ориентируются на то, что обеспечит им хороший контент в соцсетях, будь то пляж или красивая тарелка с тостом из авокадо. Выглядит смешно, но вопросы вроде «что сделает пост в Instagram популярным?» действительно руководят поведением людей в возрасте от 13 лет и старше. Это очень важно для торговых центров, – говорит Барбара Бирн Денхам, старший экономист Reis, фирмы занимающейся аналитикой в сфере недвижимости. – Универмаги терпят неудачу в сфере продаж, но лучшие продукты питания, развлечения и даже фитнес смогут вернуть в них подростков и семьи».

Когда автономные транспортные средства станут дешевыми, безопасными и многочисленными, розничные и логистические компании могут потратить миллионы, увидев, что автомобили могут быть магазинами, а



улицы – конечной недвижимостью. Фактически, беспилотные автомобили могут добить торговую розницу в некоторых областях. CVS может иметь сотни самоходных минивэнов, снабженных товарами, перемещающимися по пригородам весь день и ночь, готовые быть вызванными в чей-то дом с помощью смартфона. Новый бренд роскошных часов в 2025 году может не появиться в магазинах Верхнего Ист-Сайда, но, возможно, автономное транспортное средство устроит его демонстрацию прямо на дому, объезжая окрестности. Автономный розничный рынок создаст новые удобства и транспортные проблемы, потребует новых правил и бизнес-стратегий, которые могут вывести еще больше предприятий из области коммерческой недвижимости. Будущее розничной торговли может быть еще более странным.

По материалам сайта: www.theidealist.ru

Оригинал: The Atlantic,

Автор: Дерек Томпсон



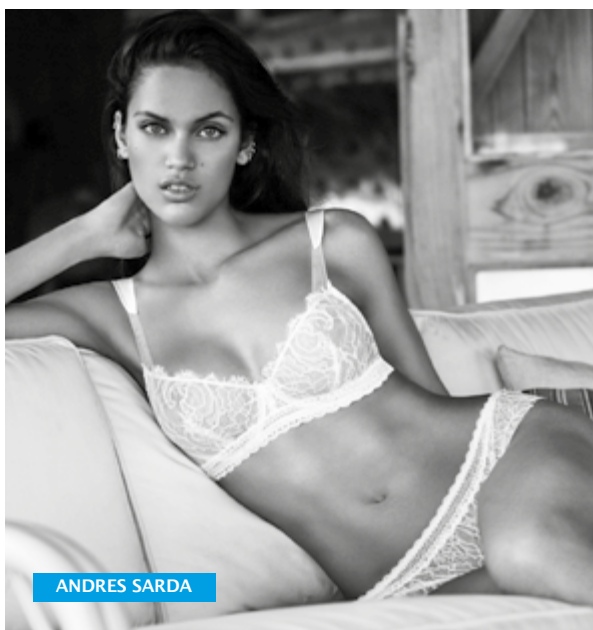
We love
COLORS
of nature

www.key.com.pl

СТАНЕТ ЛИ БРАЛЕТТ ВСЕОБЩИМ ЛЮБИМЦЕМ?

Мягкие бюстгалтеры укрепили свои позиции, появившись практически у всех марок в коллекциях 2018-го года. Одновременно произошло смещение акцентов в понимании эротизма: ближайшим летом самыми «пикантными» станут не увеличивающие объем и приподнимающие грудь пушеры, а естественные и удобные фасоны, навеянные спортивным стилем.

Реклама и соцсети продвигают легкие, подтянутые женские силуэты, тогда как чувственная (в классическом понимании) фигура «секс-бомбы», с приподнятой и упакованной в бюстгалтер грудью, отходит на второй план. Сегодня дизайнеры работают с женщинами разных возрастов и типов фигур. Обладательницы небольшой груди наконец могут перестать комплексовать – пришло их время! Мало того, что такой тип фигуры опять стал модным (вместе с возвращением тенденций 70-х гг.), так и предложений для них появилось огромное множество. Предлагаемый ассортимент включает в себя потрясающе красивые и в то же время достаточно удобные решения.



ANDRES SARDA



ОРААК

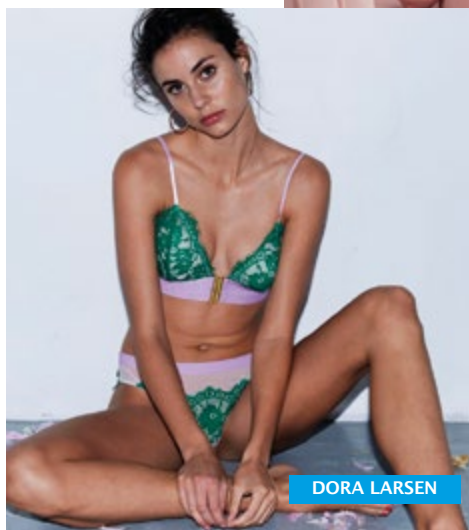
Среди лидеров спроса – бюстгалтеры без косточек и браlette, поэтому многие представители бельевой промышленности стремятся включить эти модели в свои коллекции. Производители стараются заполнить пустующие ниши, привлечь внимание новых групп клиенток, а также покрыть ущерб, связанный с отсутствием спроса на другие категории товаров.

Производители материалов также не отстают от актуальных тенденций. По данным Invista, ведущего поставщика эластана, в 2021 году объем продаж бюстгалтеров без косточек вырастет на 50%. По мнению экспертов фирмы, это не мимолетная причуда, а тренд, возникший в результате растущей популярности менее формального стиля жизни. Браlette является удобным и простым символом молодости. Часто белье такого типа носят так, чтобы оно выглядывало из-под одежды, и благодаря этому, браlette становятся ключевым элементом гардероба современной женщины. Все большее число марок присоединяется к данной тенденции, а некоторые дизайнеры отдают предпочтение именно этому типу белья в своих коллекциях. Однако, согласно исследованиям Invista, несмотря на быстрое развитие данного сегмента, не всем подходят браlette. Женщины с большой грудью (больше С) считают, что их потребности не до конца удовлетворены. Они разочарованы тем, что браlette не формируют красивую линию декольте и не обеспечивают необходимую поддержку большому бюсту. Поэтому покупательницам приходится выбирать: либо красивая форма и надежная поддержка груди, либо комфорт без поддержки и моделирования.

Женщины готовы заплатить больше за белье лучшего качества, но оно сегодня предлагается только настоящими экспертами по созданию бюстгалтеров, работающими совместно с поставщиками. Именно поэтому Invista создала программу LYCRA® Bra Fabric Finder™, которая призвана помочь дизайнерам выбрать материал, соответствующий уровню ожидаемой поддержки груди, фасону и функции. Такая программа оказывает неоценимую помощь при создании идеального браlette.

Классическое белье без косточек

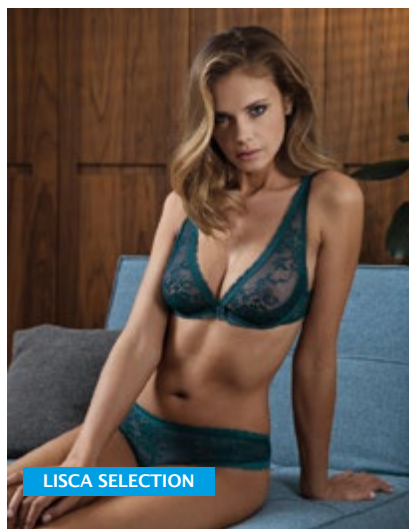
На белье без косточек начинают ориентироваться даже марки, известные своим сдержанным стилем. Naturana уже много лет специализируется на бюстгал-



терах такого типа, но ассортимент фирмы нацелен на традиционные фасоны для консервативных женщин, при этом в коллекциях доминируют базовые цвета. Тем не менее, в рамках коллекции Eva 2018 фирма предлагает оригинальные решения. Почти в каждой линии представлен бюстгалтер без косточек: либо мягкий браlette, либо модель с полужесткой чашкой. Чаще

всего это треугольные чашки, соединенные довольно широкой перемычкой. В нескольких моделях используется дополнительное усиление, что позволяет опустить перемычку и создать соблазнительную линию декольте. При этом Eva предлагает разнообразную цветовую гамму (темно-синий, изумрудный и коралловый цвета), оригинальное использование кружева и принтов, продуманность и целостность концепции каждой линии.

Основной идеей марки Liska стало убеждение, что легкие и удобные бюстгалтеры призваны облегчить жизнь женщины. В коллекции 2018 года бюстгалтеры без косточек обеспечивают идеальную посадку, моде-



лируют красивую и естественную линию декольте и даже подчеркивают ее с помощью эффекта пушап. Молодежный стиль создается за счет модных треугольных чашек, при этом бретели можно застегивать крест-накрест. Мягкий фасон будет незаменим и при выборе первого бюстгалтера для девочек-подростков.

Шик и экстравагантность

Новые марки, появляющиеся на рынке, свободно ориентируются в ассортименте мягких бюстгалтеров и предлагают кружевное белье с косточками или классические браlette без дополнительных усиливающих элементов.

Dora Larsen – это новое понимание цвета в нижнем белье. Создательница марки не боится необычных сочетаний текстиля и кружева, далеких от классических представлений, но определенно вызывающих интерес. Эта британская марка была основана Джорджией Ларсен в середине 2016 года, но уже успела завоевать доверие крупнейших ритейлеров, в том числе тех, которые работают на интернет-площадках. «Мы стремимся к тому, чтобы клиентки возвращались в Dora Larsen каждый сезон в поисках новых оттенков, чтобы добавить актуальные нотки к тому стилю, который они уже успели полюбить», – поясняет Джорджия. В число бестселлеров входит бюстгалтер с треугольными чашками и широким поясом, а также модель с кружевной оборкой. Дизайнер ориентируется на модные тенденции, представленные на мировых подиумах, и на идеи из коллекций своих любимых нишевых марок, а цветовые решения заимствует у природы или берет с фотографий. «Я могу часами любоваться на красивые сочетания цветов, взять хотя бы заход



солнца или осеннюю листву. Мне бы хотелось, чтобы цветовая палитра нашей марки сама послужила источником вдохновения для других дизайнеров», – заявляет Джорджия.

Почти полной противоположностью этого колористического карнавала является сдержанная минималистическая немецкая марка Ораак. Благодаря использованию спокойных принтов и аксессуаров, акцент переносится на функциональные решения и инновационные материалы, что придает коллекции современное звучание. «Некоторые наши модели имеют свежий, дерзкий, спортивный характер, оставаясь одновременно авангардными и экстравагантными», – рассказывает создательница и дизайнер марки Агата Муфферт. Отказавшись от традиционного кружева, флористических узоров и других подобных элементов, Ораак использует простую от-

делку, перфорации и микро-сетку. В этом сезоне цветовая гамма формируется блоками из оттенков красного, черного, белого и бежевого цветов. Уникальность марки состоит в контрасте между экспрессией и чувственностью. Особую роль в коллекции играет сочетание прозрачных, закрытых и сложных по структуре фактур.

А турецкая марка With Love & Lovers специализируется на создании романтического женственного белья, поэтому преимущественно использует розовый, мятный, голубой и кремовый цвета. Нежнейшее классическое кружево с полосками ткани и сатиновой отделкой помогают подчеркнуть образ женщины XXI века, жизнь которой бросает вызов стереотипам и не приемлет ограничения. Белье таких марок, как With Love & Lovers, помогает женщине выражать свой стиль, менять мир вокруг себя и идти в ногу с актуальными модными тенденциями.

Независимо от того, что лежит на полках магазинов или демонстрируется на выставках и подиумах, дизайнеры не прекращают поиски новых фасонов. Что придет на смену браletteм? В сфере, которая живет новинками, вечный вопрос «что дальше?» всегда остается открытым.

МД

FiORE



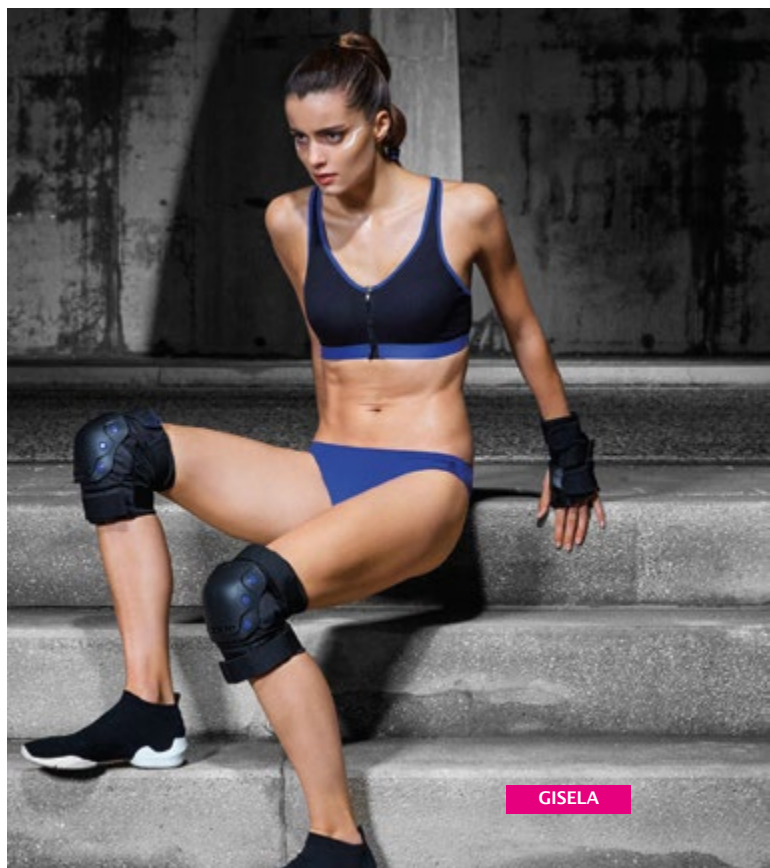
easyfiore.com

БЕСПЛАТНАЯ ДОСТАВКА / FREE DELIVERY

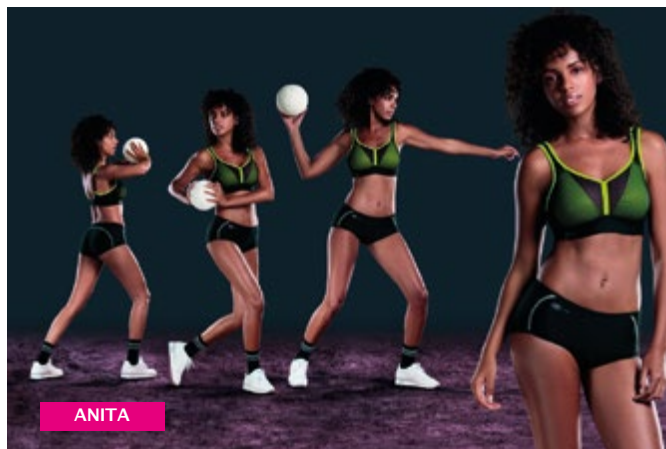
СПОРТИВНЫЙ БЮСТГАЛЬТЕР – ЛУЧШИЙ ФИТНЕС-ДРУГ ЖЕНЩИНЫ

На протяжении последних лет спорт стоит во главе угла модных тенденций. Однако наблюдения за поведением людей и трендами в социальных сетях демонстрируют, что это не только мода, но и образ жизни. Несколько недель физической активности достаточно, чтобы человек вошел во вкус, и тогда уже очень трудно от этого отказаться. Гормоны удовольствия, которые вырабатываются во время занятий, побуждают к дальнейшей активности, проясняют мысли и улучшают настроение.

Вывод напрашивается сам: спорт – это зависимость, но зависимость позитивная, оказывающая благотворное влияние на нашу жизнь. Поэтому нет ничего удивительного в том, что многие фирмы обратили внимание на спортивное направление. Марки одежды переживают расцвет, фирмы по доставке специального питания расширяют деятельность, персональные тренеры с трудом находят свободное время в своем расписании, а в тренажерных залах не протолкнуться. Производители белья тоже могут заявить о себе в этой сфере! Кажалось бы, чтобы начать тренировки, достаточно иметь мотивацию и запастись спортивной формой. Но на самом деле во время занятий крайне важным элементом является фитнес-белье. Женщины, которые приходят в тренажерный зал в топе и повседневном бюстгалтере, выглядят, по меньшей мере, странно. Почему? Обычное нижнее белье предназначено для ежедневной носки, когда наше тело не подвергается существенным физическим нагрузкам. При активных упражнениях грудь женщины двигается с большей амплитудой. Врачи оценили, что во время занятий спортом женская грудь, независимо от размера, может перемещаться до 20 см вверх, вниз и в стороны. При отсутствии необходимой поддержки, при энергичных движениях, грудные железы болят и вываливаются из чашек. Все это



GISELA



провоцирует возникновение необратимых растяжек кожи и повреждение связок. Интенсивные нагрузки могут вызвать боль в области груди, и, как следствие, прекращение занятий фитнесом. Вместо того чтобы сосредоточиться на упражнениях, женщина думает только о боли, и занятие становится не просто менее эффективным, но и может нанести ущерб здоровью. Правильно выбранный спортивный бюстгальтер способен ограничить движение груди на 70%, в то время как обычное белье уменьшает амплитуду лишь на 38%. Во избежание проблем со здоровьем и для сохранения красоты и формы грудных желез, стоит позаботиться о покупке правильной спортивной экипировки.

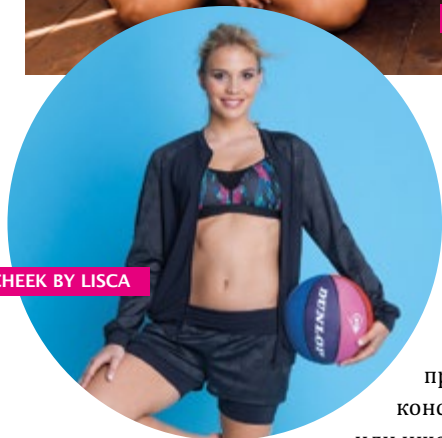
Как выбрать спортивный бюстгальтер?

Прежде всего, нужно сориентироваться, какие марки предлагают белье подобного типа, а затем пойти в магазин на примерку. Во-первых, спортивный бюстгальтер должен подходить не только к фигуре, но и к конкретному виду спорта, которым вы планируете заниматься. Это позволит предотвратить деформацию молочных желез, главным образом связок Купера, которые отвечают за красивую форму груди и ее упругость, а также поможет избежать повреждения мышц шеи и позвоночника, которое приводит к ощущению усталости и нарушению осанки. В спортивных магазинах представлено множество товаров под названием «спортивный бюстгальтер», но достаточно взглянуть на размерную сетку (S-XL), чтобы понять, что характеристики груди учитываются в них в последнюю очередь, и такие топы уж точно не являются универсальными. К каждому типу груди нужно подходить, ориентируясь на форму и обхват. Топы известных спортивных марок предназначены, прежде всего, для женщин с маленькой грудью и являются закрытыми компрессионными бюстгал-

corneite®

www.corneite.pl





терами. Для размеров D+ необходимо выбирать бюстгальтер с раздельными чашками, которые поддерживают каждую молочную железу по отдельности. Независимо от того, прибегаете ли вы к помощи консультанта по брафиттингу или ищете спортивный бюстгальтер, опираясь лишь на собственные зна-

ния и опыт, обратите внимание на пояс изделия, чашки, косточки, бретели и обязательно швы! Если первые три пункта достаточно очевидны (чтобы пояс не был слишком тесным, из чашек ничего не вываливалось, а косточки не впивались в тело), то два других могут вас озадачить, хотя и здесь все довольно просто. Бретели нужно отрегулировать так, чтобы они поддерживали грудь на физиологичном уровне, при этом, не впиваясь в кожу на плечах. Некоторые бюстгальтеры можно регулировать в районе лопаток, благодаря чему достигается дополнительная поддержка и фиксация груди. Ну, а швы должны быть гладкими и мягкими, чтобы свести к минимуму раздражение кожи во время движения. Важным фактором, влияющим на комфорт и свободу движений во время занятий спортом, являются застежки, которые должны не давить на кожу и иметь мягкую подкладку.

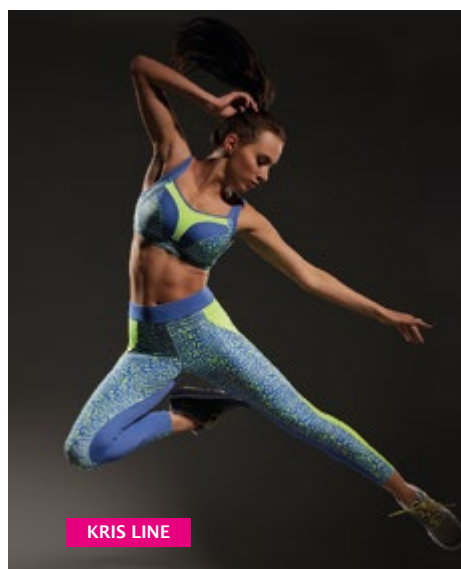
Фитнес в модных тенденциях

Удобство в использовании весьма важно, но и внешний вид тоже имеет большое значение. Самые первые модели спортивного белья были классическими и однотонными, чаще всего сдержанно-черные. Однако сейчас в магазинах можно найти товары на любой вкус и цвет. Разнообразие оттенков, аппликации, различ-

ные варианты застежек и фасоны. К наиболее актуальным тенденциям сезона можно отнести:

- Заметный логотип – логомания перестала быть предметом шуток, бросающийся в глаза логотип или название марки поперек грудной клетки стали трендом №1.
- Дерзкие вырезы и полосы ткани в зоне декольте – рано или поздно стиль Марли Декерс должен был добраться и до этого типа белья. К сожалению, такие декоративные элементы доступны лишь в изделиях для небольшой груди, ограничения вносит сама конструкция бюстгальтера.
- Открытое декольте, и это необязательно низко расположенный вырез, многие дизайнеры используют возможности небольшой молнии, позволяющей регулировать глубину открытой зоны.
- Неоновые цвета – спорт диктует свои правила, и яркие краски оказываются тут весьма уместными. Существует даже мнение, что интенсивные цвета в одежде служат дополнительной мотивацией для занятий спортом.
- Широкий и заметный пояс – спортивные бюстгальтеры не обязательно заканчиваются сразу под грудью: чем они длиннее, тем больше возможностей использовать их в качестве самостоятельных топов! Такой вариант белья для фитнеса не только обеспечит защиту груди, но и создаст спортивное настроение.
- Новые материалы: двусторонний текстиль, ткани, реагирующие на изменение температуры тела, высококачественные капиллярные волокна, имитирующая кружево сетка, новые, более прочные, виды плетений.

ПЯ





 **V ELENA**
HOMEWEAR

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

ВИШКОПТ
КРАСИВОЕ БЕЛЬЕ ОПТОМ

ФАСОНЫ БЮСТГАЛЬТЕРОВ ДЛЯ БОЛЬШОЙ ГРУДИ – МНЕНИЕ ЭКСПЕРТОВ

В последние годы польские производители нижнего белья значительно увеличили размерную сетку бюстгалтеров, в том числе и для большой груди. Почти все ведущие фирмы предлагают ассортимент бюстгалтеров с чашкой G, H и больше. Мы решили поинтересоваться у производителей, как создается подобный бюстгалтер: за счет чего обеспечивается комфорт, надежная поддержка и красивая форма моделей. Об особенностях пошива и секретах конструкций мы беседуем с модельерами фирм Gaia, Kris Line и Nessa, которые считаются экспертами в сфере создания нижнего белья для большой груди.

Начиная с какого размера, вы относите вашу продукцию к категории «бюстгалтер для большой груди»?

Nessa: Для меня это 75G. Начиная именно с этого размера, бюстгалтер должен быть суперкрепким, супернадежным и суперкомфортным.

Gaia: Если мы говорим именно о бюстгалтерах для так называемой «большой груди», то у нас выпускается специальная линия Maxima, которая включает размеры от 75K до 105C-H.

Kris Line: В ассортименте нашей фирмы представлены по-настоящему большие бюстгалтеры. Достаточно сказать, что размеры чашек мы обозначаем двойными буквами, чтобы хватило алфавита. Поэтому часто размер, который у других считается большим, является для нас обычным, может, чуть больше среднего.

Чаще всего, при создании моделей, конструкторы бюстгалтеров ориентируются на самую популярную размерную группу – средний бюст (чашки от D до G). А как это происходит у вас?

Какие размеры являются базовыми?

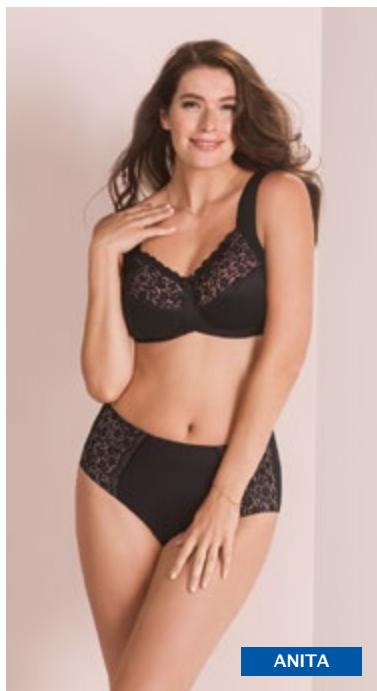
Kris Line: Вы правы, средний бюст – это популярная размерная группа, хотя они не заканчиваются на чашке G. В число базовых у нас входит даже чашка I. Кроме того, большое значение имеет обхват под грудью.

Nessa: Базовый размер чаще всего используется для того, чтобы после первого пошива можно было сразу же примерить и протестировать модель. Это гарантирует быстрое и эффективное внесение поправок или модификаций.

Gaia: В нашей фирме, конструируя бюстгалтер, мы не ориентируемся на самую популярную группу. К каждому размеру мы подходим таким образом, чтобы именно для него конкретный бюстгалтер был удобным, функциональным и радовал покупательниц своим видом.

Меняются ли конструкция, способ пошива изделия и т.д. во время работы над бюстгалтером с размером чашки G и больше? Чем отличаются такие бюстгалтеры от фасонов для маленькой груди?

Gaia: Процесс создания больших моделей отличается, прежде всего, использованием соответствующих материалов, скрытых усиливающих элементов, каче-



ANITA



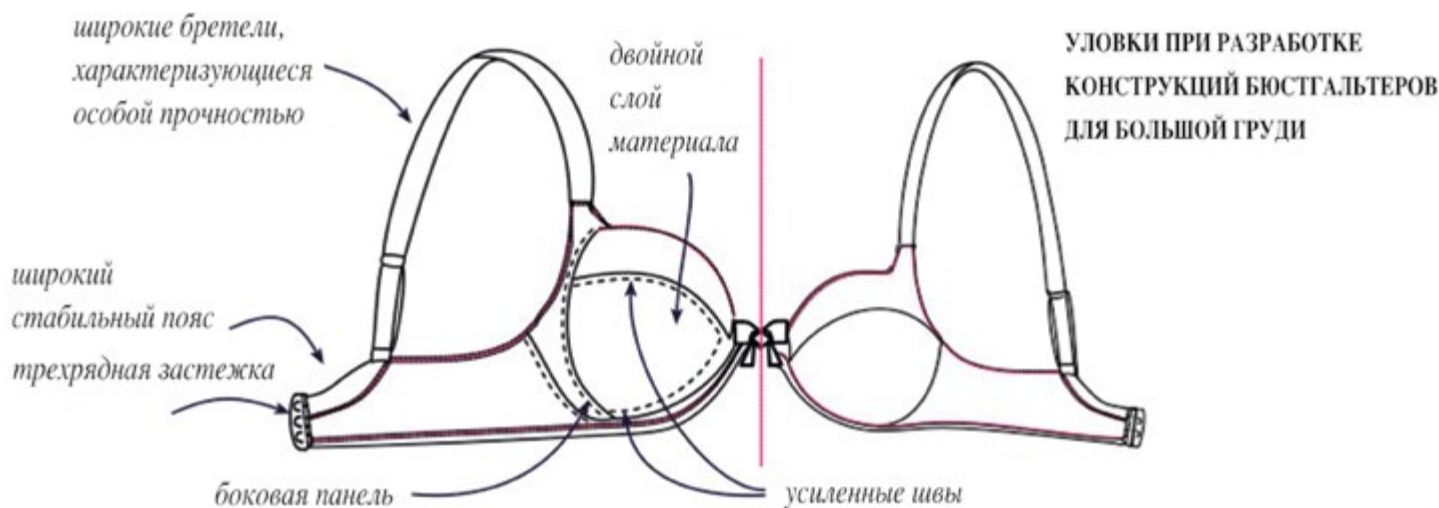
GORSENIA
lingerie



„GORSENIA” Sp. z o.o.
ул. 28 Pułku Strzelców Kaniowskich 65, 90-558 Łódź/Польша
тел.: (+48 42) 637 40 41, (+48 42) 637 68 21, факс: (+48 42) 637 68 15
www.gorsenia.pl

Эксклюзивный представитель на территории России компания «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



ственных бретелей и застежек необходимой ширины. Благодаря специальной технологии пошива, большая грудь поддерживается при этом значительно лучше.

Nessa: Конструкции для маленькой и средней груди предназначены главным образом для того, чтобы приподнимать, зрительно увеличивать и открывать грудь. А вот для большой груди достаточно обеспечить лишь правильную поддержку, чтобы получить эффект красивой линии декольте. Поэтому необходимо обратить особое внимание на выбор соответствующих материалов и технологий.

Kris Line: При создании моделей с чашкой больше G не стоит забывать о складках под грудью. Женщины всегда стараются скрыть недостатки фигуры, и наша задача – помочь им в этом. В поисках новых решений мы часто ориентируемся на потребности клиенток, которые сами обращаются к нам, если у них возникают проблемы с подбором размера. Мы примеряем на них наши фасоны и понимаем, в каком направлении нужно

двигаться в дальнейшей работе. Чем эти конструкции отличаются друг от друга? На первый взгляд, они одинаковые, но в них скрыто множество секретов.

Расскажите, к каким конструктивным хитростям вы прибегаете, чтобы приподнять большую тяжелую грудь и придать ей красивую форму?

Nessa: Весьма полезными оказываются новые материалы, удачно сочетающие прочность, гигроскопич-

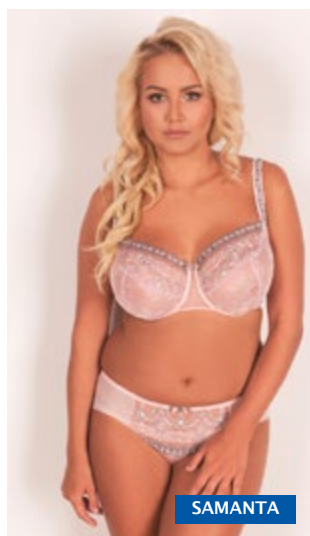
ность, красивый внешний вид. При этом они приятны на ощупь. С помощью таких материалов можно создавать более совершенные изделия. Важную роль играют и дополнительные усиливающие элементы, которые часто скрыты в швах, а также различные подкладки.

Gaia: При создании чашек мы используем соответствующие материалы, которые способны удерживать большую грудь, а для пояса – упругую лайкру, которая хорошо фиксирует зону под грудью. Качество бретелей также очень важно.

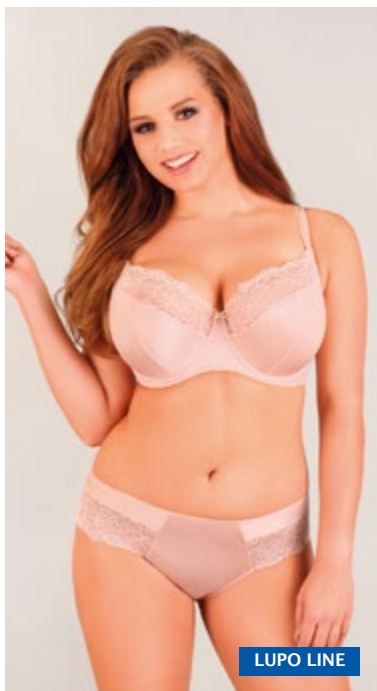
Kris Line: На самом деле, это довольно трудная задача. Непросто придать нужную форму груди большого размера. У разных женщин она по-разному моделируется, в зависимости от структуры и особенности расположения молочных желез. Мы конструируем модели так, чтобы они подходили к разным типам строения тела, а не для одной формы груди, хотя иногда на это требуется время. А нередко бывает так, что нам приходится вносить радикальные изменения.

Учитываете ли вы при конструировании бюстгалтера медицинские аспекты, например, перераспределение веса с позвоночника?

Kris Line: Конструирование бюстгалтеров больших размеров тесно связано со здоровьем позвоночника. Мы сотрудничаем с несколькими институтами, в том числе с Институтом текстильной промышленности в Лодзи, благодаря опыту и знаниям которых, можем оценивать влияние наших новых фасонов на здоровье женщин. Нам случалось даже консультироваться с врачами одной из больниц. Был приобретен тепловизор, который позволяет контролировать степень давления материала на грудную железу, когда женщина надевает наш бюстгалтер. В работе над конструкцией особое внимание мы обращаем на правила брафиттинга. Каждый новый проект развивается под тщательным контролем наших специалистов по подбору







бюстгальтера.

Nessa: К этой теме мы подходим принципиально. Бюстгальтер для большой груди можно сравнить со стеллажом, который должен равномерно распределить вес молочной железы, снимая при этом часть тяжести с позвоночника.

Gaia: Клиентки все лучше понимают, насколько важно правильно выбирать бюстгальтер. Широкие бретели и соответствующий

по размеру пояс могут поддержать большую грудь и тем самым снизить давление на спину.

Существуют ли виды бюстгальтеров, которые не подходят для большой груди?

Gaia: Каждая обладательница большой груди знает, что пушеры создавались не для больших размеров. Этот вид нижнего белья содержит увеличивающие вкладки, что совершенно бессмысленно в случае большой молочной железы. Не стоит также забывать и о состоянии груди, что может играть большую роль при выборе бюстгальтера.

Kris Line: Естественно, мы бы не советовали женщине с грудью размера 115H такой бюстгальтер, в котором ее грудь будет расположена неправильно, поскольку это опасно для здоровья и некомфортно. А вот на вопрос, какой именно фасон ей не подойдет, ответить сразу не получится, ведь тип бюстгальтера, который не подходит одной женщине, может оказаться идеальным для другой. Поэтому важно выбирать нижнее белье не только по размеру, но и по фасону. Конечно, мы не станем предлагать для большой груди популярный (в том числе и в наших коллекциях) бюстье или упомянутый ранее пушоп, хотя, с другой стороны, в случае рыхлой структуры груди сотрудницы фирменного салона часто предлагают пушеры, чтобы помочь создать красивую линию декольте.

Nessa: Бюстгальтеры для маленькой и средней груди обычно более открытые, и такие фасоны могут выглядеть не лучшим образом с чашками большого размера. Для крупной груди необходим более закрытый бюстгальтер, поддерживающий всю молочную железу.

Что для вас является источником вдохновения и новых идей?

Gaia: При создании новых коллекций мы ориентируемся на цветовую гамму, которая будет преобладать в грядущем сезоне, следим за новинками в области материалов. А вдохновить меня может абсолютно все, ограничением будет лишь моя фантазия.

Nessa: Как правило, для нас своего рода указателем направления являются профессиональные выставки, которые подсказывают, какие цвета, фасоны и тренды будут на пике моды в ближайшем сезоне. А вдохновить может то, что привлекает внимание и является центром притяжения мысли. Это может быть какой-нибудь мотив, фрагмент вышивки или кружева, интересный оттенок тюля. Источником вдохновения могут стать и клиентки, которые сообщают нам о своих желаниях, а мы с радостью прислушиваемся и охотно обращаемся к их опыту и советам.

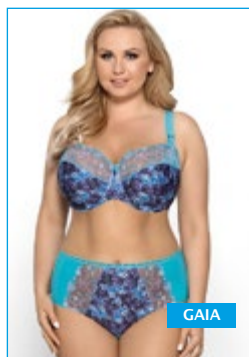
Kris Line: Вдохновение и новые идеи зачастую возникают во время обсуждения фасонов и сезонов под пристальным контролем владелицы фирмы, чьи идеи являются для нас источником вдохновения. Она заботится о нашем профессиональном росте и держит планку требований на высоте. И это замечательно, поскольку мы любим смелые задачи, и нас радует каждый позитивный отклик рынка. Такие отзывы для нас очень важны, ведь на нашу работу мы тратим очень много сил. Удовлетворение от хорошо выполненной задачи является для нас самой важной мотивацией в поиске новых идей.

Желаем вам найти самые удачные решения и благодарим за беседу!



H AMANA

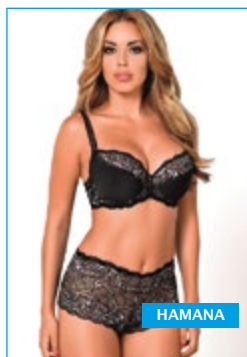




GAIA

Genevieve

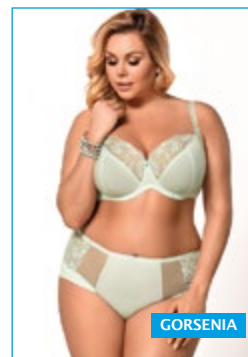
Модель ассоциируется с Лазурным побережьем и производится до размера L. Цветочная вышивка в сочетании с голубым принтом идеально подходит к летним нарядам. В комплект предлагаются удобные слипы-макси с высокой талией.



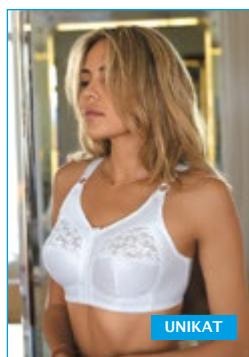
HAMANA

Helen

Бюстгальтер с полужесткой чашкой в комплекте с шортами или трусами с высокой талией. В ассортимент входят также пеньюары и халаты до размера 4XL.



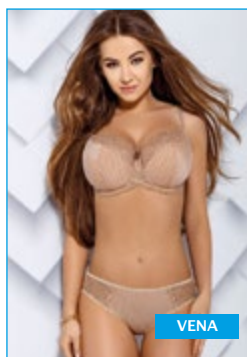
GORSENIA



UNIKAT

Wiktorja

Оригинальный бюстгальтер без косточек с мягкими чашками, украшенный вышивкой. Модель обеспечивает великолепную поддержку груди и идеальный комфорт.



VENA

VB-309

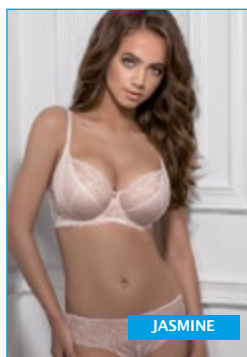
Элегантная модель с полумягкими чашками выполнена из великолепного кружева и итальянского трикотажа. Выпускается 47 вариантов размеров двух цветов, бежевого и графитового. В комплект можно подобрать два вида трусов-слипов с высокой или низкой талией.

Бюстгальтер формирует шикарную и соблазнительную линию декольте у обладательниц больших размеров (чашки C-M). Модель украшена элегантной вышивкой с растительным орнаментом и изысканным декоративным элементом. Мягкий оттенок молодой мяты является обязательным трендом сезона весна/лето-2018.



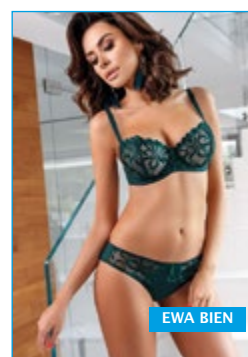
ANABEL ARTO

Комфортный и обольстительный бюстгальтер с мягкими кружевными чашками и плоскими неощутимыми швами. Специально разработанные функциональные полотна, комфортный пояс-майка и широкие бретели поддерживают большую грудь и придают ей круглую форму.



JASMINE

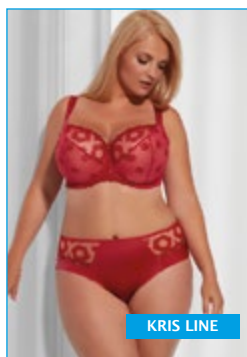
Размерный ряд до чашки G и отличная посадка.



EWA BIEN

Szerida

Бюстгальтер огненно-красного или темно-зеленого цвета отлично моделирует большую грудь: глубокие чашки приподнимают ее и формируют выразительную зону декольте. Надежная конструкция создает ощущение комфорта и безопасности. Благодаря использованию дополнительной боковой вставки, размерный ряд расширен до очень больших размеров (M с обхватом под грудью от 65 см).



KRIS LINE

Fortuna

Мягкий бюстгальтер для женщин с большой грудью и тех, кто любит утонченное белье. В модели нет никаких усиливающих элементов, а благодаря нежному шифону, разработанному специально для фирмы Kris Line, бюстгальтер без проблем поддерживает молочные железы и моделирует их форму.

Фасоны бюстгальтеров для большой груди



Felina

SYMPHONY
UP TO G CUP

Представительство фирмы «Фелина ГмбХ» ФРГ в г. Москве ул. Вавилова д. 69/75 офис 326
тел. +7-499-134-10-35, +7-495-938-23-40 e-mail: felina-moskau@mail.ru www.felinainternational.com



ANABEL ARTO

Игривый дуэт контрастных цветов создает образ роковой женщины, которая стремится подчеркнуть свою чувственность и сексуальность. Неповторимые узоры из бархата на сетке дополняют неотразимый образ.



JASMINE

Ультрамодный браlette из французского принтованного полотна.



ROSA FAIA

Grazia

Сочетание графической вышивки, продуманного кроя и функциональных, приятных на ощупь тканей. Бюстгальтер серии Big Cup (арт. 5639) с размерным рядом до J идеально поддерживает большую грудь и придает ей красивую форму, смещая молочные железы к центру.

НОВИНКИ НОВИНКИ НОВИНКИ



EWA BIEN

Eden

Модель Soft B118 – это бюстгальтер с декоративными полосками, выполненный из прозрачного материала с оригинальным бархатным узором. Модель позволяет выгодно подчеркнуть красоту груди.



GAIA

Liliana

Мягкий бюстгальтер без косточек в стиле ретро. Благодаря сочетанию нежного симплекса розового цвета и черной цветочной вышивки, модель выглядит стильно и актуально.



UNIKAT

Rozetta

Бюстгальтер с плотными закрытыми чашками. Особая конструкция косточек позволяет сформировать красивую линию декольте и подчеркнуть форму груди.



Эксклюзивный дистрибьютор
в России
«Скамата Рус»
г. Москва,
ул. Складочная, д. 1, стр. 7
www.skamata.ru
тел.: +7 (495) 646 84 24
info@skamata.ru

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



VENA

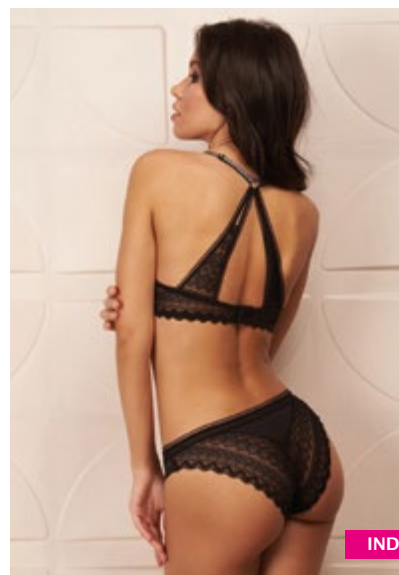
VB-322

Черно-рубиновый полукорсет идеально подойдет для особых случаев. Комплект со слипами или стрингами и поясом для чулок позволит каждой женщине почувствовать себя желанной и обольстительной.



GORSENIA

Бюстгальтер алого цвета с чувственным стрэп-декором в зоне декольте украшен изысканной вышивкой со стразами. Модель может стать модной доминантой в образе женщины или остаться интимным секретом, скрытым под одеждой.



INDEFINI

Бюстгальтер push-up с модным геометрическим кружевом и сложными кружевными бретелями. Модель мягко и соблазнительно подчеркивает женственные изгибы. Основные регулируемые бретели с люрексом делают комплект по-настоящему роскошным и чувственным.

НОВИНКИ НОВИНКИ НОВИНКИ



ROSME

Powerlace

Комфортный бюстгальтер с формованными чашками без каркасов модулирует и подчеркивает форму груди. В производстве чашек использован инновационный материал Powerlace немецкого производства. В нижней, поддерживающей, части чашки (с рисунком из перекрестных линий) материал более плотный, а в верхней (с цветочным принтом) более легкий.



KINGA

Volcano I

Уникальность этому бюстгальтеру придает тончайшее кружево омбре и великолепный крой чашек. Благодаря прозрачному тюлю на перемычке и эластичной тесьме, в любой ситуации женщина будет выглядеть незабываемо. В линейке также доступна модель SC-586 с мягкими чашками.



SAMANTA

Victoria

Богато декорированная линия была создана по случаю 25-летия марки. Предлагается огромный выбор моделей и широкий размерный ряд.

TARO®

WWW.TARO.PL

Наши дистрибьюторы:

VISHCORT (ВИШКОРТ)

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

Bikinitop

АДРЕС:
Г. МОСКВА,
МЕТРО ЧЕРТАНОВСКАЯ
МКР. СЕВЕРНОЕ ЧЕРТАНОВО
ОФИСНО-СКЛАДСКОЙ
КОМПЛЕКС "БАЛАКЛАВСКИЙ"
Д. 5, ОФИС-СКЛАД 106

Е-MAIL:

BIKINITOP12@YA.RU
WWW.BIKINITOP.RU

+7 (499) 755-81-11 +7(917) 530-91-10

Приглашаем к сотрудничеству!

tel. +48/43/823 60 81,





KRIS LINE

Tiffany

Полужесткий бюстгальтер, который на первый взгляд кажется легким и воздушным, гарантирует надежную поддержку и моделирование груди. Боковой усиливающий элемент из поролона в форме листика доходит до самых бретелей, что позволяет скрыть недостатки фигуры в области подмышечной впадины и сдвинуть молочные железы к середине.



LUNARETTA

Euphoria

Халат в этой линии – возврат к классике. Свободный крой делает его необыкновенно комфортным и удобным, а пояс выгодно подчеркивает талию. Изделие со слегка расширенными рукавами $\frac{3}{4}$ украшено контрастным кружевом в нижней части. Предлагается несколько цветовых вариантов модели.



LE VERNIS

Glamour

Современные и стильные принты для уверенных в себе и решительных женщин. Благодаря сочетанию золотого и черного цветов, клиентка почувствует себя настоящей звездой.



AVA

Libi soft

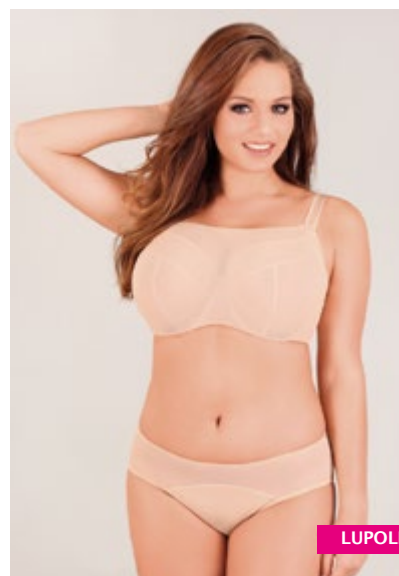
Мягкий бюстгальтер с инновационной конструкцией, которая без использования косточек обеспечивает идеальную поддержку даже самой большой груди. Качественный трикотаж сочетается с пикантной полупрозрачной вышивкой. Модель надежно поддерживает грудь и формирует соблазнительную зону декольте.



KONRAD

Samira

Элегантное сочетание бордовой ткани и гипюра. Бюстгальтер с формованными гладкими чашками с застежкой спереди. В линейку также входят бюстгальтеры с плотными полумягкими чашками и пуш-ап.



LUPOLINE

Бюстгальтер с мягкими чашками украшен сеткой, благодаря чему выглядит как топ. Комфортный и одновременно элегантный, он идеально собирает грудь к центру, обеспечивая надежную поддержку. Предлагаемые цвета: бежевый, экрю и черный.

НОВИНКИ НОВИНКИ

Beauty NightTM
fashion



ВИШКОПТ
Россия, Москва, 1-й Нагатинский проезд, д. 2, 7 (495) 215-213-6, e-mail: zakaz@vishcopt.ru, vishcopt.ru

BEAUTY NIGHT FASHION

2-130 Wręczyca Wielka, ул. Brzoskwiniowa 2, Польша, тел.: +48 34 321 70 53, , тел. моб.: +48 515 987 341, e-mail: info@beautynight.pl

WWW.BEAUTYNIGHT.PL



HAMANA

Desire

К батистовому халату из чистого хлопка можно подобрать пеньюар или топ с шортами. Предлагаемые цвета экрю и светло-розовый.



KOMILFO

Bonnie

Нежный батист цвета розового бальзамина с декорированной кружевной аппликацией заслуживает особого внимания. В новой коллекции предлагаются разнообразные силуэты, струящиеся ткани и невероятный выбор моделей на любой вкус.



TARO

Pia

Летняя пижама с топом из меланжевого трикотажа модного желтого оттенка идеально подходит к шортам в спортивном стиле с этническим принтом и кармашками.



CORNETTE

Gentelmen

Инновационные принты и идеально подобранные цвета. Забавные, оригинальные и удобные боксеры.

НОВИНКИ



SENSIS

Новая романтическая коллекция, украшенная воланчиками и бантиками. Фасоны выдержаны в легком, небрежном стиле.



АКЦЕНТ

Модель 07

Элегантный комплект из короткой сорочки и шорт. Верхняя часть сорочки выполнена из нежного кружева. Чашки с внутренней стороны продублированы функциональным поролоном. Каждый элемент комплекта можно приобрести отдельно.



KEY

Легкий комбинезон с открытой спиной и нарядной отделкой идеально подойдет для лета. Модель регулируется в области талии.



FEEL THE **COLOR**

ПОЧУВСТВУЙ ЦВЕТ

élégant
Conte
WOMEN'S COLLECTION

БЕЛЬЕ, ОДЕЖДА, КОЛГОТКИ, АКСЕССУАРЫ

ШИРОКИЙ ВЫБОР • ОПТОВЫЕ ПРОДАЖИ

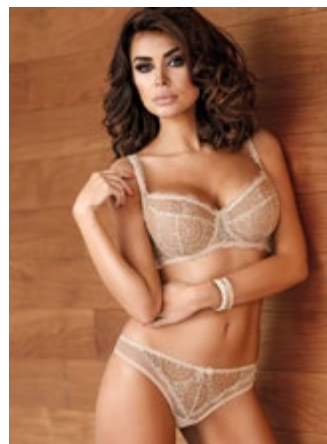
подробности на сайте:
www.b2b.conteshop.com



ANDRES SARDA



BLACKSPADE



EWA BIEN



GAIA



GORSENIA



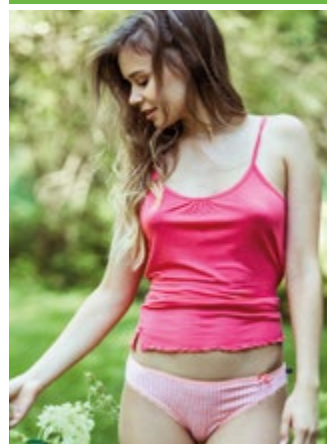
HAMANA



INDEFINI



JASMINE



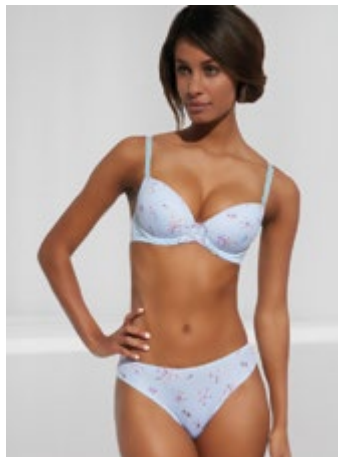
KEY



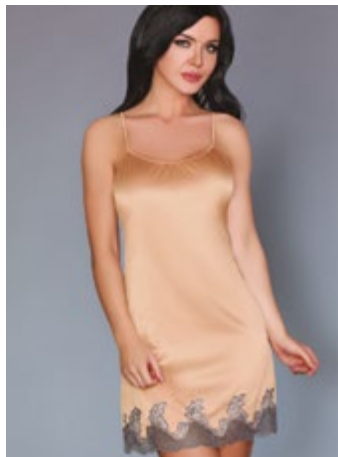
• ФОТОРЕПОРТАЖ •



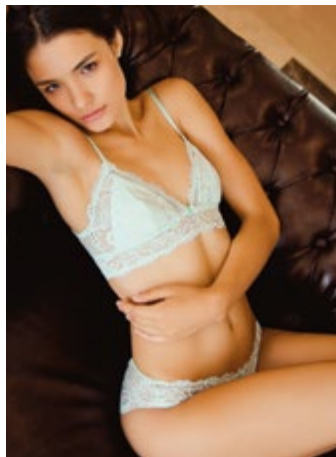
KOMILFO



KRIS LINE



LIVIA CORSETTI FASHION



LORA IRIS



LUNARETTA



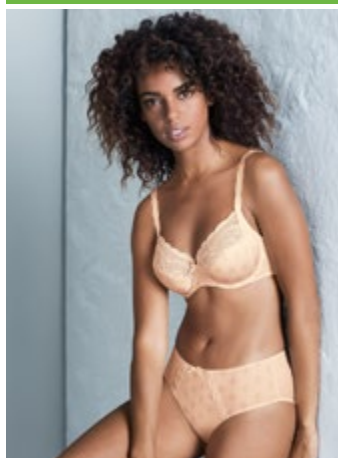
NATURANA



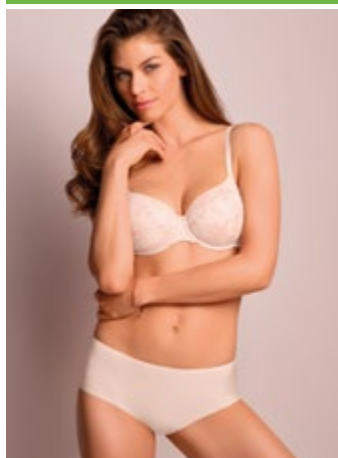
UNIKAT



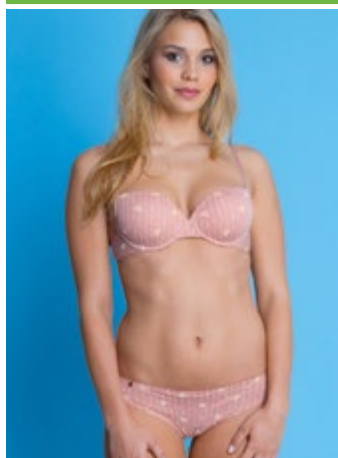
VENA



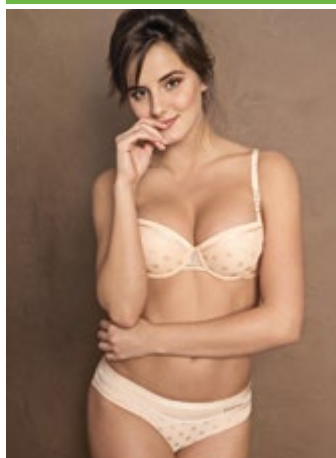
ROSA FAIA



CONTURELLE



CHEEK BY LISCA



LISCA FASHION



AVA



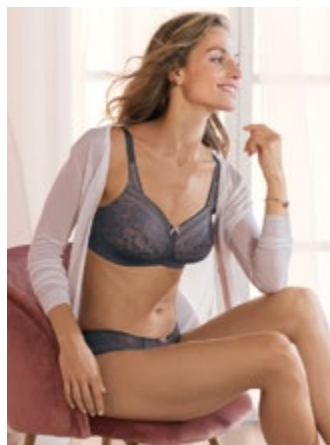
PARIPARI



ANABEL ARTO



GISELA



ANITA



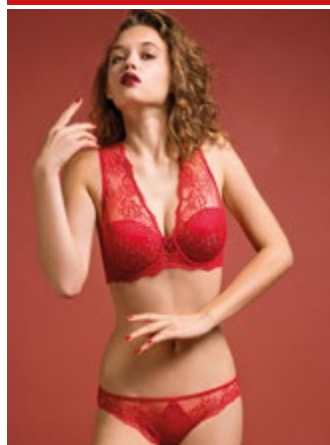
ANABEL ARTO



EWA BIEN



GAIA



GISELA



GORSENIA



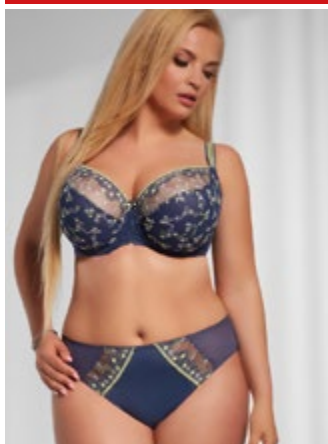
INDEFINI



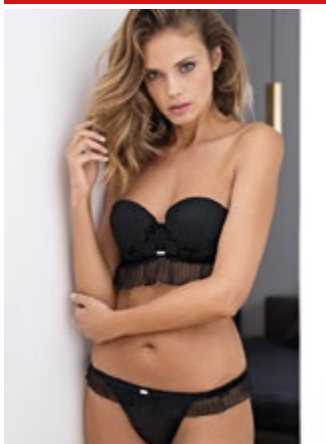
JASMINE



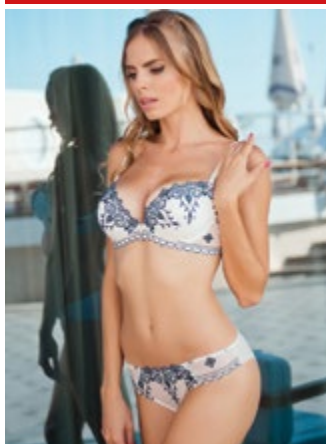
KOMILFO



KRIS LINE



LISCA SELECTION



LORA IRIS



NATURANA



VENA



UNIKAT

Роскошь

Janira®



КОМФОРТНА ТА ВИШУКАНА

BIANKA COMPANY офіційний дистриб'ютор Janira в Україні
м. Львів, вул. Зелена, 147; тел: +38 050 542 39 36
e-mail: manager1@bianka.com; www.bianka.com.ua
Обирай успішних! Будь успішним!

www.janira.com



CHEEK BY LISCA



CORIN



CORNETTE



GISELA



HAMANA



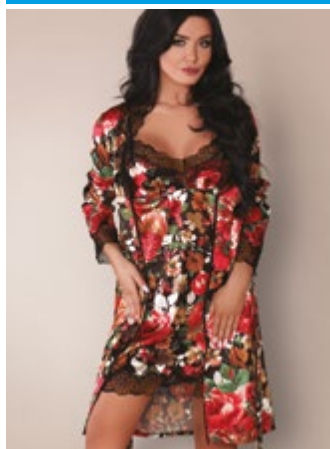
INDEFINI



INDEFINI



KEY



LIVIA CORSETTI FASHION



RÖSSLI



LUNARETTA



NATURANA



UNIKAT



TARO



TARO

Весенний
роман

SENSIS®



NEW COLLECTION

My Treasure



SENSIS.COM.PL

facebook.com
SensisNight

Sensis, ul. Żołnierska 25, 59-220 Legnica, Polska, tel.: +48 508-22-38-15, e-mail: biuro@sensis.com.pl



Утренний туман

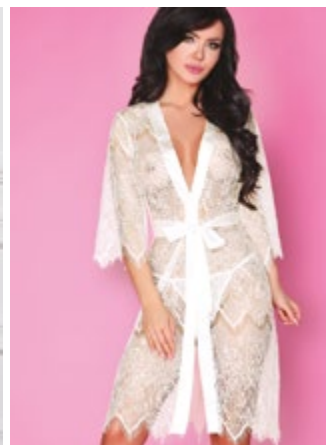
LUNARETTA



ANABEL ARTO



JASMINE



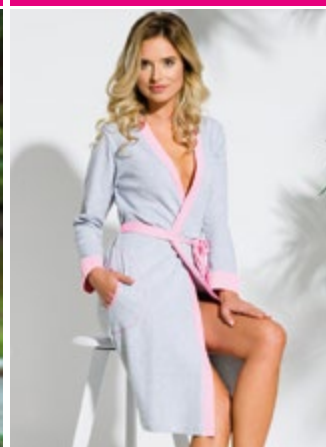
LIVIA CORSETTI FASHION



CORIN



KEY



TARO



GAIA



KOMILFO



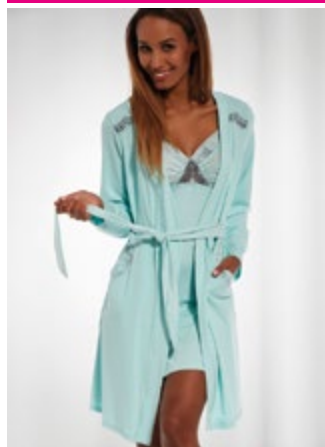
UNIKAT



AKCENT



HAMANA



KRIS LINE



VENA



Nautic



Одежда для дома
Пижамы • Халаты

Украина

моб: +38 067 694 06 33, +38 050 703 52 66

e-mail: slepichev@list.ru

www.nautic.com.ua



INDEFINI

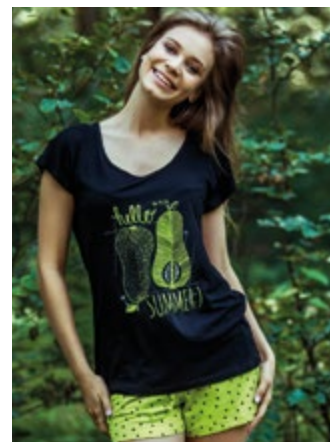
Вдали от шума и суеты



CORNETTE



CORNETTE



KEY



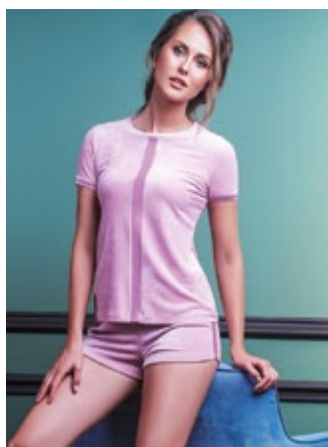
KEY



KRIS LINE



LIVIA CORSETTI FASHION



ANABEL ARTO



TARO



TARO



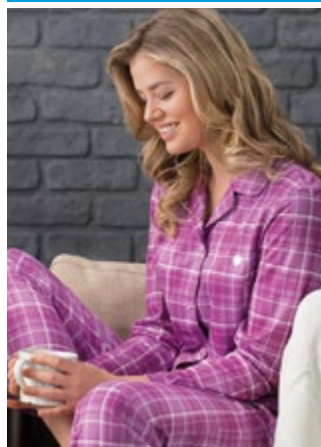
UNIKAT



LUNARETTA



KOMILFO



BLACKSPADE



RÖSSLI



Эксклюзивный дистрибьютор
в России
«Скамата Рус»
г. Москва,
ул. Складочная, д. 1, стр. 7
www.skamata.ru
тел.: +7 (495) 646 84 24
info@skamata.ru

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

Заблудившись в джунглях



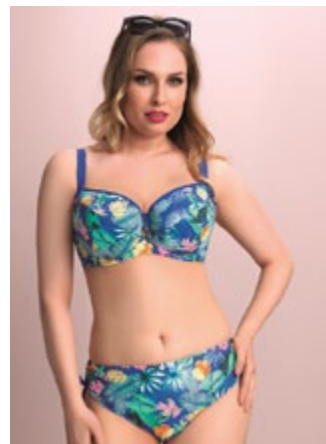
MARYAN MEHLHORN



ANABEL ARTO



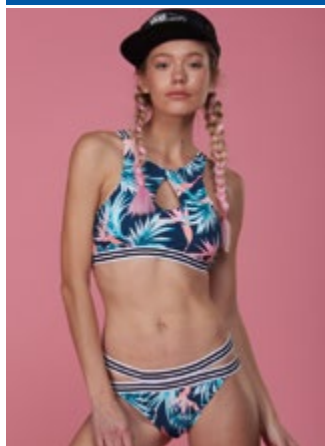
GORSENIA



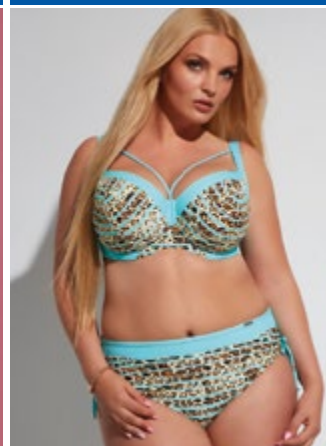
CORIN



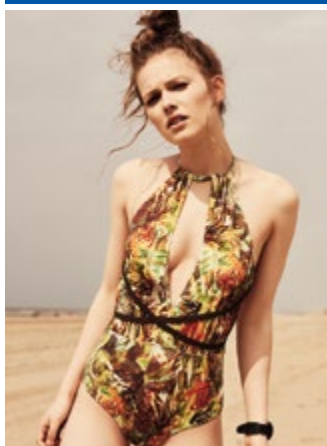
LINEA SPRINT



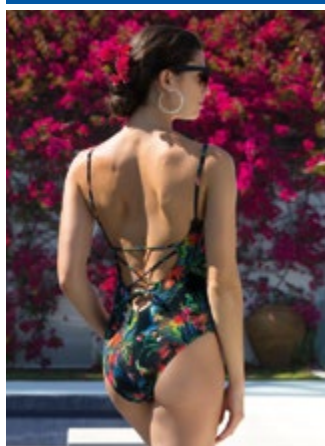
INDEFINI



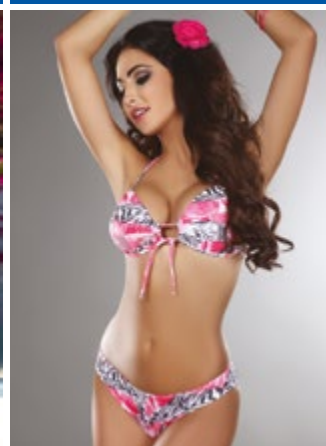
KRIS LINE



LINGADORE



LISE CHARMEL



LIVIA CORSETTI FASHION



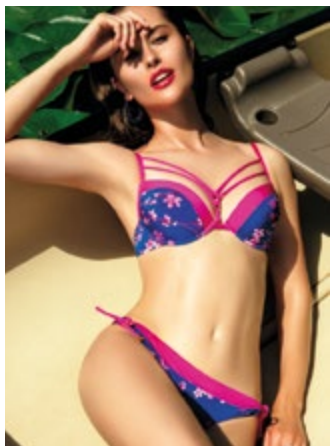
MIRACLESUIT



SEAFOLLY



AVA



ANABEL ARTO



AVA



MADORA



GORSEÑA



CYELL



GISELA



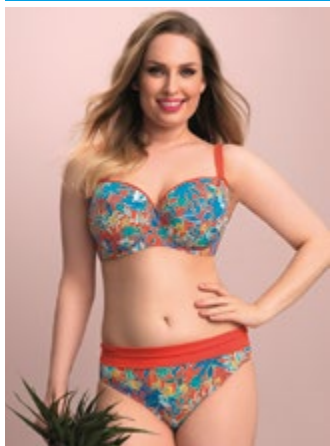
KRIS LINE



LINEA SPRINT



LIVIA CORSETTI FASHION



CORIN



MARYAN MEHLHORN



Летний сад

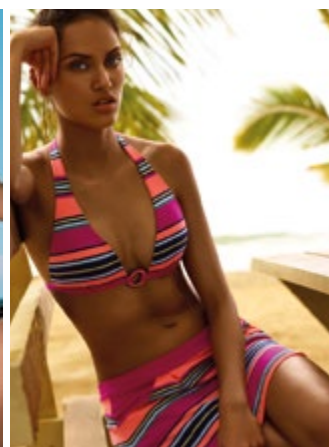
ANDRES SARDA



АКЦЕНТ



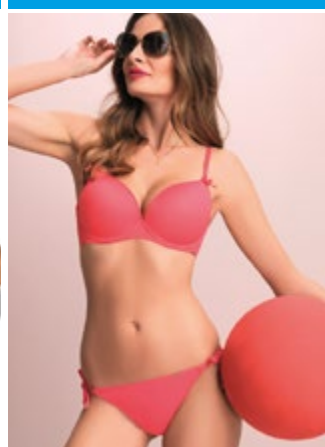
ANABEL ARTO



ANDRES SARDA



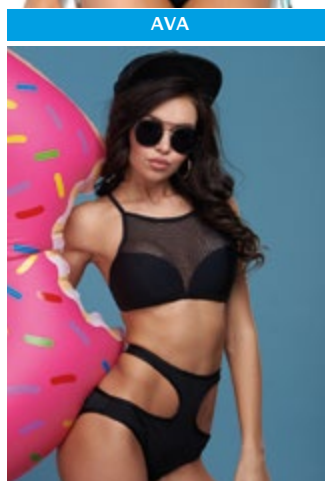
AVA



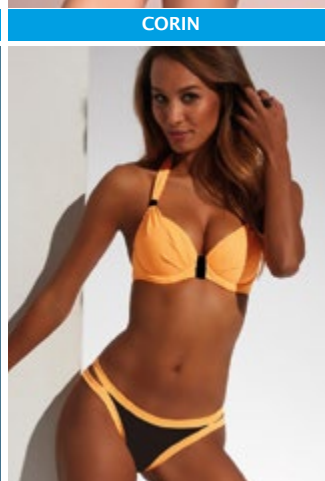
CORIN



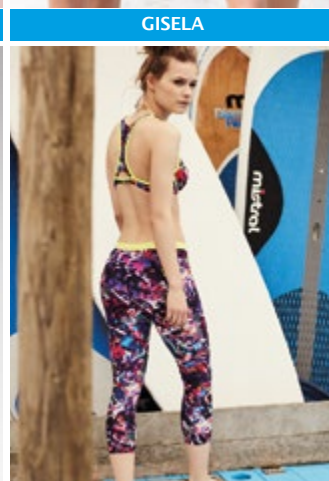
GISELA



INDEFINI



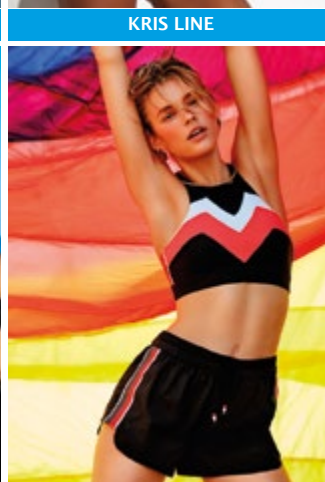
KRIS LINE



LINGADORE



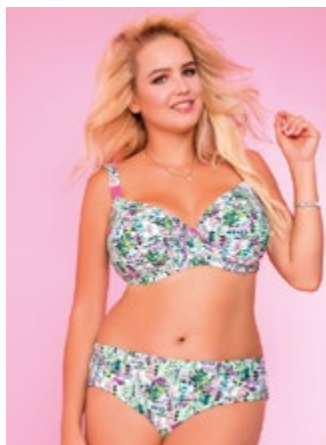
OPERA



SEAFOLLY



LIDEA



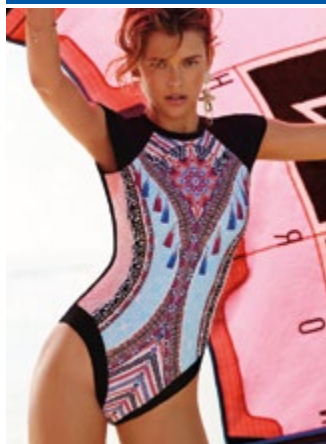
AKCENT



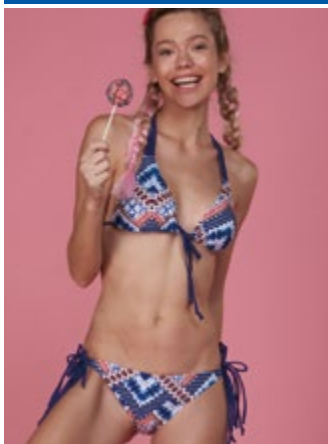
ANABEL ARTO



AVA



SEAFOLLY



INDEFINI



KEY



KRIS LINE



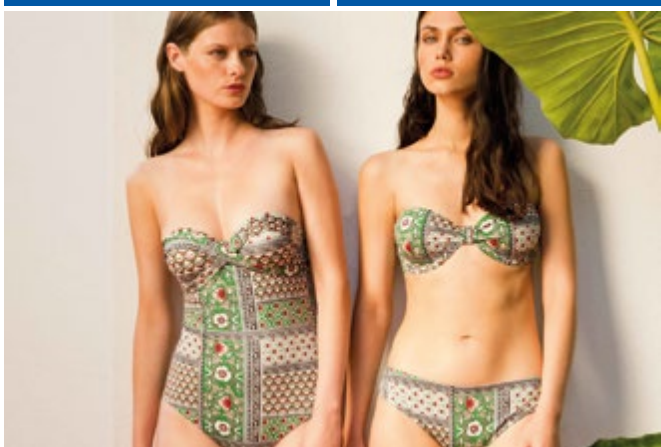
LIVIA CORSETTI FASHION



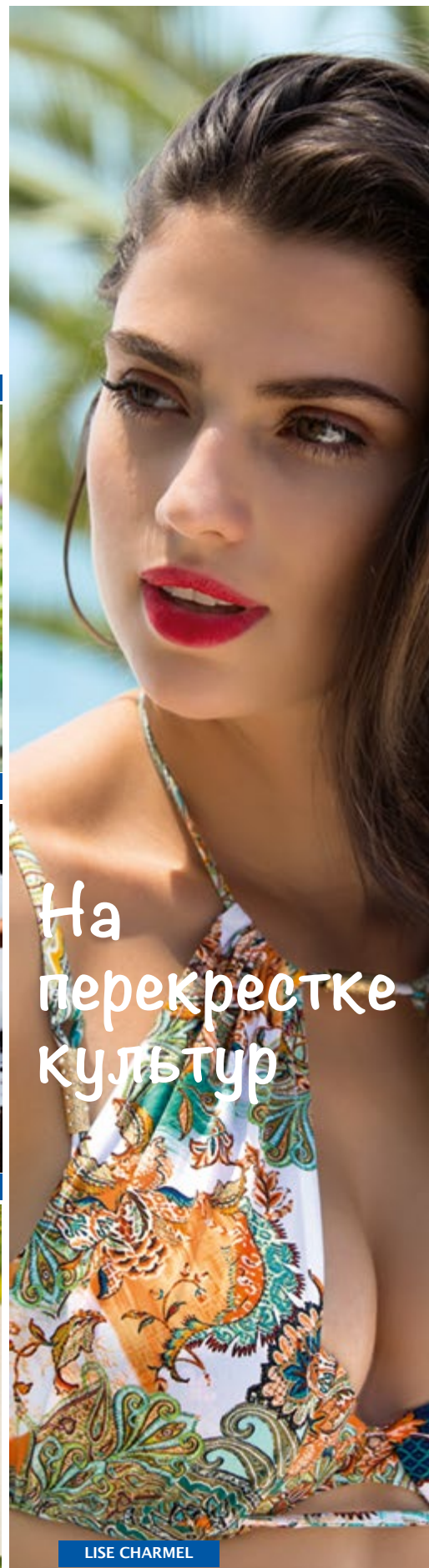
MARYAN MEHLHORN



MIRACLESUIT



GISELA



На
перекрестке
культур

LISE CHARMEL

АХ, БАРХАТ!

Бархат был привезен в Европу из Индии итальянскими купцами. В 1247 году в Венеции была учреждена гильдия ткачей бархата, а скоро он стал общеевропейским придворным материалом. И вот в начале 3-го тысячелетия этот необыкновенный материал вновь занимает важное место в гардеробе и удивляет новыми интерпретациями.

Уже несколько лет мы говорим о бархатном тренде, но сегодня особенно важно его новое применение за границами вечернего гардероба. В будущем сезоне осень-зима 2018/2019 бархат покорит новые вершины: женская и мужская мода, интерьеры и даже нижнее белье – все во власти королевского материала.

В одежде 3 главных веяния:

- спортивный стиль адаптирует бархат и вельвет, снижая градус функциональности, превращая удобные вещи в шикарные
- мужской стиль в женской моде также смягчается применением бархатных фактур
- в ультра-женственных нарядах по-прежнему используют бархат для усиления эффекта роскоши в новых сочетаниях и формах.



В корсетном белье мы наблюдаем возвращение роскоши, которую создают аппликации или вышивки с использованием бархатистых текстур.



Эксклюзивная презентация трендов сезона ВЕСНА/ЛЕТО-2019 от тренд-бюро CARLIN Creative Trend Bureau для посетителей выставки Interfilière (на русском языке) состоится 20 января 2018 г. в 15:30, Париж, выставочный комплекс Porte de Versailles, пав. 1. Запись: mpeterson@eurovet.fr

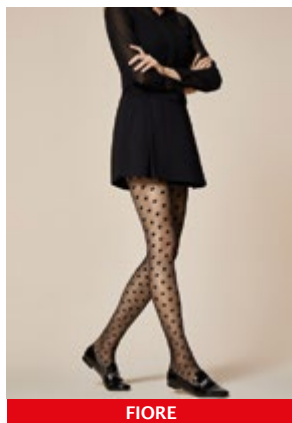
В нижнем белье бархатные фактуры присутствуют в домашней одежде с новым акцентом «sloungewear» – комфорт и элегантность для усиления атмосферы неторопливой и качественной жизни. Контраст бархатных фактур и прозрачности, асимметрии и драпировки создают новый изысканный стиль в домашней одежде.

Эксклюзивные эскизы тренд-бюро CARLIN Creative Trend Bureau
Материалы подготовлены Котовой Анастасией, CARLIN Creative Trend Bureau (Париж)
Креативное тренд-бюро CARLIN Creative Trend Bureau (Париж) – эксперт прогнозирования трендов с 1947 г. Бюро по цвету с 1958 г. www.carlin-creative.com

CARLIN
CREATIVE TREND BUREAU



www.gatta.pl



FIORE

Стильные колготки в блестящий горошек замечательно смотрятся с одеждой в стиле 80-х. Модель отлично подойдет к праздничной обстановке и станет источником радости.



STEVEN

Folk

Польские народные мотивы очень близки идеям фирмы. Носки с традиционным ловицким узором выполнены из высококачественной пряжи и соответствуют последним тенденциям. Производитель выбрал орнамент этого региона, поскольку именно там располагается главный офис компании.



GABRIELLA

In Love

Чулки телесного цвета с силиконовой удерживающей полоской и широкой декоративной кружевной полосой идеально подойдут для особых случаев. Нестандартный характер подчеркивает цветная тесемка, которая выполняет функцию подвязки.



AXAMI

НОВИНКИ



CONTE

Trendy

Цветные колготки представлены в самых трендовых оттенках этого сезона. Винный оттенок marsala вдохновит на эксперименты со стилем. Глубокий синий паву и сочный зеленый verde подчеркнут вашу индивидуальность и освежат образ. Благородный угольно-серый anthracite добавит шарма и очарования. Trendy дарят безграничные возможности для полета вашей фантазии и создания ярких и модных образов.



ANABEL ARTO

Элегантные колготки в точечку из фантазийной коллекции – это настоящий парижский шарм, стиль и очарование. Гороховый принт гарантирует повышенное внимание к вам и вашим стройным ножкам. Модель без шорт, со средней посадкой, уплотненным мыском, плоскими швами для создания восхитительного образа. Очаровывайте мир своей красотой и грацией!



GATTA



ORI[®]

B A S C O L L A N T S

www.ori.it

LIMITED EDITION
BUTTERFLY

ПРИНИМАЕМ ПРЕДЗАКАЗЫ

+10%

**К ВАШЕЙ СКИДКЕ
ПО ПРЕДЗАКАЗУ**

Представительство в России

ООО "ОРИ-РУС"

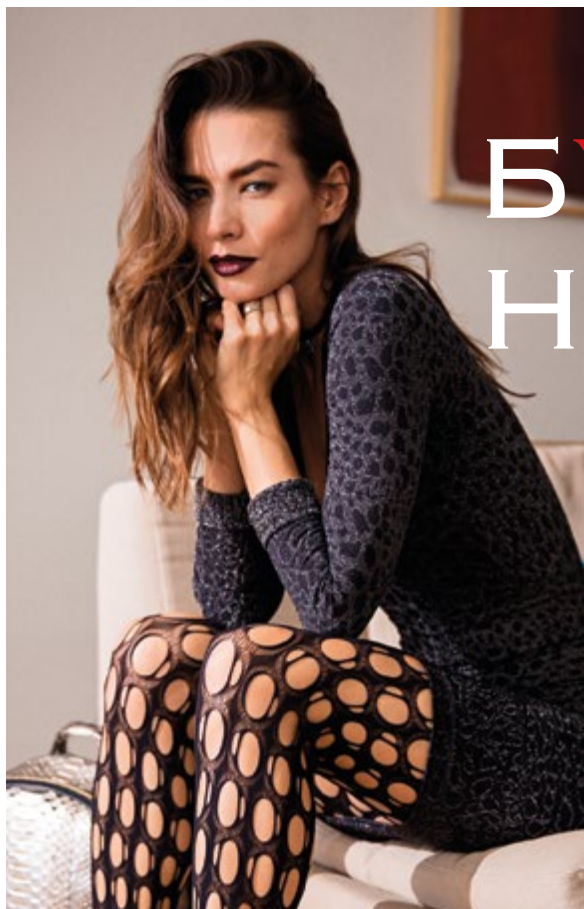
www.ori-rus.com

+7 (499) 643-51-31

+7 (495) 481-39-37



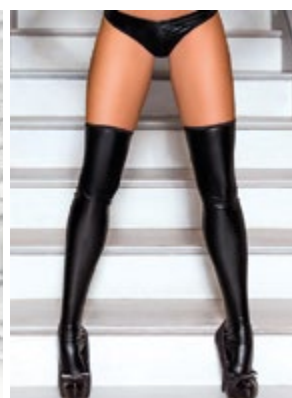
БУДЬ НЕПОХОЖИМ!



ANABEL ARTO



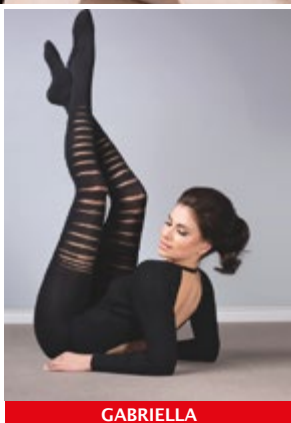
ANABEL ARTO



AXAMI



WOLFORD



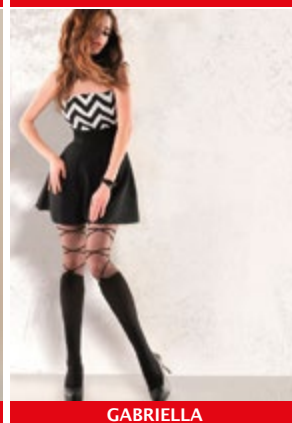
GABRIELLA



FIGRE



FIGRE



GABRIELLA



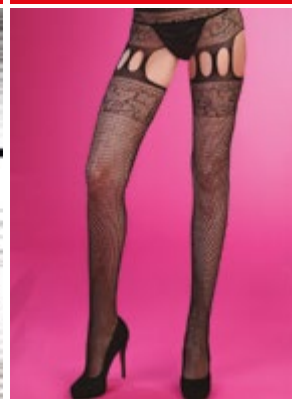
STEVEN



GATTA



GATTA



LIVIA CORSETTI FASHION

Семейное торжество или бизнес встреча?

Всегда хочешь выглядеть изумительно. С Secret Shaper это не проблема.
Моделирует твою фигуру и не выделяется под одеждой.

Gabriella®
SPECIAL

SECRET
SHAPER
20 den

- идеальная фигура в секунды
- комфортная высокая талия
- не выделяется под одеждой

CAFFEINE
EXTRACT

www.gabriella.pl

МОДА ДЛЯ ВСЕХ



ANABEL ARTO



ANABEL ARTO



FIORE



PANTHERELLA



GABRIELLA



GABRIELLA



GABRIELLA



PANTHERELLA



STEVEN



STEVEN



FIORE



WOLFORD

conté[®]

élégant

WOMEN'S COLLECTION

БЕЛЬЕ, ОДЕЖДА,
КОЛГОТКИ, АКСЕССУАРЫ

ШИРОКИЙ ВЫБОР
ОПТОВЫЕ ПРОДАЖИ

подробности на сайте:
www.b2b.conteshop.com





LINGERIE SHOW-FORUM

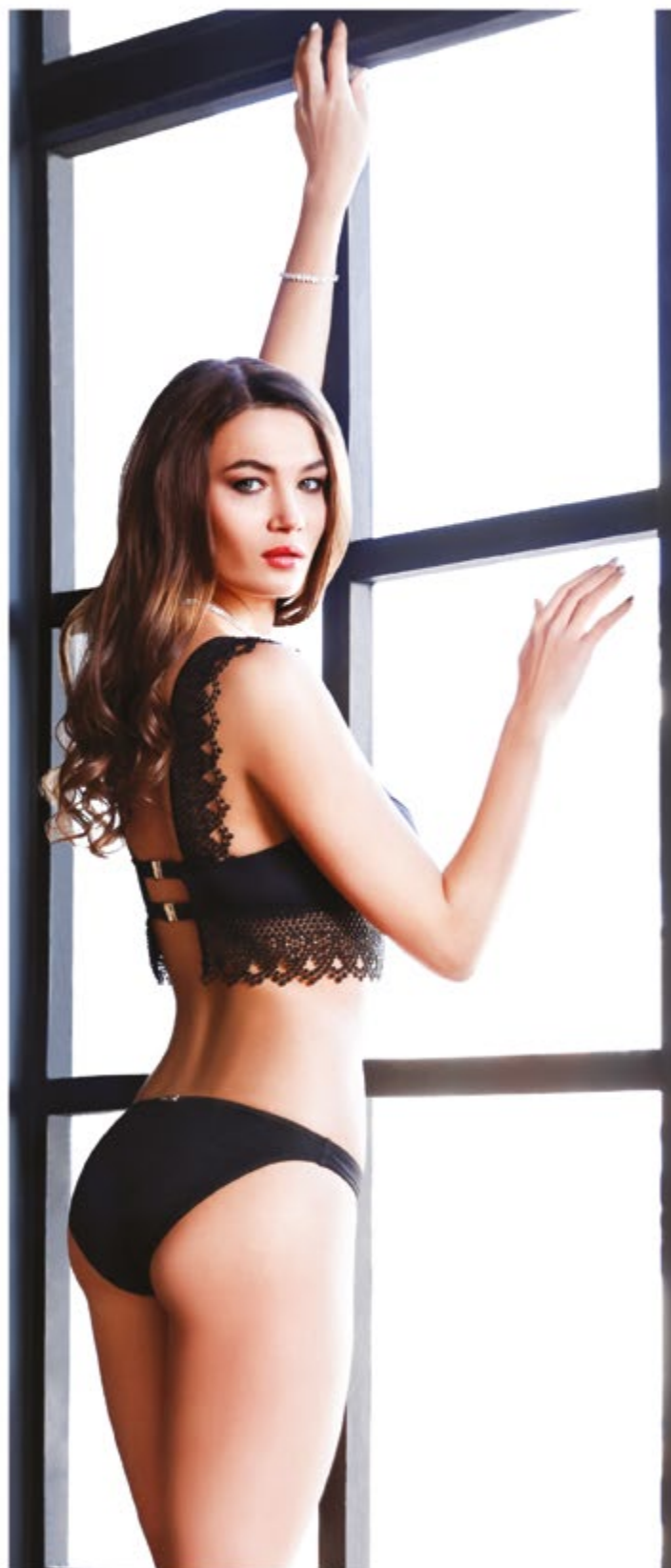
МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА НИЖНЕГО БЕЛЬЯ
КУПАЛЬНИКОВ, ДОМАШНЕЙ ОДЕЖДЫ И ЧУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

15-23

ФЕВРАЛЯ

Москва • ИнфоПространство • Lingerie-Show-Forum.ru • +7 (495) 690 72 41 • Lsf@info-space.ru

300 БРЕНДОВ ИЗ 27 СТРАН



ACOUSMA • ALBINA LINGERIE • AMORE A PRIMA VISTA
AMELIE • ANABEL ARTO • ANAIS • ANFEN
ANGELS NEVER SIN • ANGEE • ANITA ACTIVE
ANITA CARE • ANITA COMFORT • ANITA MATERNITY
ANTICA SARTORIA • ANYMO • ATLANTIC • AVANUA
AVELINE • AVENIJA BY V.O.V.A. • B.TEMPT'D
BABELLA • BAHAMA • BALALOU • BALANCELE
BALI • BARBARA • BARBARA BETTONI • BAS BLUE
BEAUTY NIGHT • BELCOR • BESTFORM • BIGLIF LINGERIE
BIKINI BAR • BIP-BIP • BL'AMOUR • BRETELE
BRIGITTE BARDOT • CAPRICE • CHANTEMELY
CHARMANTE • CHEEK BY LISCA • CHERYOMUSHKI
CITO • CLEO BY PANACHE • CLEVER • CONTE LINGERIE
COQUETTE REVUE • CORNETTE • CYELL
DAILY BY LINGADORE • DAINA • DAVID • DE LAFENSE
DEA FIORI • DIMANCHE LINGERIE • DIVA SHARM
DN NIGHTWEAR • DOLCE PICCANTE • DONNA
DREAM ACADEMY • ECLIZIA BY JOLIDON • EDEN PARK
ELORIA • EMMI • ESOTIQ • ETNA • EVELINA
EVOLLOVE • EWLON • FEBA • FELINA
FRENIS • FUEL FOR PASSION • GABRIELLA
GAIA • GIRARDI • GLORA • GODS N'HEROES
GORGEIOUS+ • GORSENIA • GOSSARD • GRACIJA-RIM
GRIFF • HANES • HEIDI KLUM • HONEY LINGERIE
HOT • HUNNY MAMMY • ICONIQUE • ILIKE LINGERIE
I'M VERY • IMPETUS • IODUS • ISTINTO
JULIMEX • KAMOA • KAURS LAUREL
KINGA • KOMILFO • KONRAD • KRIS LINE
LAGERINI • LAGUNA AS • LAIMA M • LANA S
LAURA AMULETTI • LAURA BIAGIOTTI • LE BOURGET
LELIO • LILLY BY JOLIDON • LINGADORE • LISCA
LISE MARIE • LOLITTA • LORA GRIG • LORA IRIS
LORIN • LOU • LUI • LUNA • LUNA DI GIORNO HOME
MADEMOISELLE • MAGISTRAL • MAIDENFORM
MANDHARI • MARC&ANDRE • MARIAM • MARILYN CLUB
MARILYN MONROE • MELADO • MESEDUCE
MIA-AMORE • MIA-MELLA • MIA-MIA • MILAVITSA
MINIMI • MIOOCCHI • MOMENTS BY LINGADORE
MON • MOOR MOOR • MORGAN • NIC CLUB
NICOLE OLIVIER • NOEMI • NOTTEMANIA
OBSESSIVE • ONLYVIPS • OPIUM • ORHIDEJA
ORI • PAIN DE SUCRE • PALADA • PALOMA
PANACHE • PARFAIT • PASSION • PHO FIRENZE
PINK LIPSTICK • PINKISS • PLAGE EXOTIQUE • PLAYTEX
POMPADOUR • PRETTY POLLY • PRIMAVERA
PRIMAVERINA • RAGO • REBECCA • RENE ROFE
REPLAY • ROKSA • ROSA FAIA • ROSA SELVATICA
ROSE&PETAL • ROSME • ROSSLI • ROYAL GLAMOUR
SALVADOR DALI • SAPPH • SENSIS • SERMIJA LINGERIE
SHANTE • SIS • SISI • SOLLINE
STEFI L • SUNFLAIR • SUZANNE VEGA • TARO
TENS FASHION • TRASPARENZE • ULTRAMAX
UNIQUE LINGERIE • V.I.P.A. • VACANZE ITALIANE
VALMIR.A • VANILLA • VARIANCE • VENA
VENUS • VERALLY • VESTIVA • VOILA • WACOAL
WELL • YSABEL MORA • ZE:BRA • МАМИН ДОМ

Список брендов по состоянию на 26 декабря 2017

9 ДНЕЙ УСПЕШНЫХ ДЕЛОВЫХ КОНТАКТОВ, АКТУАЛЬНЫХ ЗНАНИЙ И УДОВОЛЬСТВИЙ

15-17 ФЕВРАЛЯ • СРЕДНИЙ-/СРЕДНИЙ

15 ФЕВРАЛЯ



Ирина Бородавко

10.00 Открытие

12.00-12.30 Дефиле –
Одежда для дома и отдыха

13.00-14.30 Мастер-класс

«Как грамотно продавать оптом и в розницу онлайн: 5 составляющих эффективного интернет-маркетинга».

- Системный маркетинг в бельевом направлении: как грамотно привлекать, обслуживать и удерживать клиентов.

Ирина Бородавко – №1 по системному маркетингу для производителей одежды, основатель и тренер Академии системного маркетинга, руководитель и коуч маркетингового агентства «ТОМ СОЙЕР».

15.00-15.30 Дефиле –
Корсетные изделия

16.00-17.00 Мастер-класс

«Тренды в нижнем белье на сезон FW 2018-19 и их грамотное внедрение в ассортимент магазина».

Галина Кравченко – директор департамента «Ассортимент» Fashion Consulting Group, руководитель представительства FCG международного тренд-бюро FashionSnoops.com в России.

17.00-17.30 Дефиле –
Купальники

18.00 Розыгрыш сертификатов

19.00 Lingerie Show

16 ФЕВРАЛЯ



Дмитрий Сендеров

10.00 Открытие

12.00-12.30 Дефиле –
Комбинированное

13.00-14.30 Мастер-класс

«Никаких скидок! 39 способов нематериальной мотивации клиентов».

Ия Имшинецкая – эксперт по привлечению и удержанию клиентов.

15.00-15.30 Дефиле – Купальники

16.00-17.00 Мастер-класс

«О чем большинство думает, что знает, но не имеет ни малейшего представления...»

Васильев Анатолий – руководитель и создатель торговой сети «Парижанка». Практик, владелец устойчивой компании, пережившей 3 кризиса, и теоретик, автор методики, которые делают компанию «Парижанка» самой технологичной бельевой компанией.

17.00-17.30 Дефиле –
Корсетные изделия

17.30-19.00 Мастер-класс

«Реклама, которая продает».

- Эффективность стандартной рекламы падает день ото дня...

Дмитрий Сендеров – руководитель одного из крупнейших российских рекламных агентств, автор лучшего в стране учебника по рекламе и более 300 рекламных стратегий, делится с Вами своими мыслями и опытом!

19.00 Вечеринка

17 ФЕВРАЛЯ



Наталья Чиненова

10.00 Открытие

12.00-12.30 Дефиле –
Корсетные изделия

13.00-14.30 Программа выживания независимой розницы

«Фестиваль Франшиз».

- Анализ развития форматов торговли.
- Каковы перспективы развития франчайзинга в России?
- Кому выгодна франшиза?
- Есть ли альтернатива франчайзингу?

Михаил Уваров – директор издательского дома «БИК МЕДИА ГРУП», главный редактор журналов «Белье & Колготки», Worldwide Lingerie Guide, «Світ Бізнесу» и портала belyevik.ru.

15.00-15.30 Дефиле –
Фестиваль Франшиз

16.00-17.00 Мастер-класс

«Как повысить эффективность продаж в магазине при помощи KPI (ключевых показателей эффективности)».

- Что такое KPI? Какие KPI целесообразно использовать для управления отдельным магазином и розничной сетью?

- Каким образом мотивация персонала магазина связана с KPI?

Наталья Чиненова – главный эксперт Fashion Consulting Group по бизнес-технологиям в ритейле.

17.00-17.30 Дефиле

19.00 Экскурсия

ПРОГРАММА ВЫЖИВАНИЯ НЕЗАВИСИМОЙ РОЗНИЦЫ

18-20 ФЕВРАЛЯ • СРЕДНИЙ/СРЕДНИЙ+

18 ФЕВРАЛЯ



Елена Головина

10.00 Открытие

12.00-12.30 Дефиле –
Корсетные изделия

13.00-13.45 Мастер-класс

«Белье, которое заботится о здоровье».

- На чем грудь держится?
- 10 признаков неправильного лифчика.

Елена Головина – консультант по подбору белья, тренинг-менеджер компании MILESGROUP (официальный дистрибьютор компании Anita (Германия), предлагающей на российском рынке белье для здоровья: комфортное нижнее белье и купальники на каждый день, специальное белье для спорта, для будущих и кормящих мам).

15.00-15.30 Дефиле – Glora, Ze:Bra

16.00-16.30 Программа выживания
независимой розницы

«Региональные сети».

- Анализ развития форматов торговли.
- Преимущества и недостатки региональных сетей.
- Как построить сеть?

Михаил Уваров – директор издательского дома «БИК МЕДИА ГРУП», главный редактор журналов «Белье & Колготки», Worldwide Lingerie Guide, «Світ Білизни» и портала belyevik.ru.

17.00-17.30 Дефиле – Купальники

19.00 Lingerie Show

19 ФЕВРАЛЯ



Юлия Данилова

10.00 Открытие

12.00-12.30 Дефиле –
Одежда для дома и отдыха

13.00-14.30 Мастер-класс

«Как увеличить продажи бельевого магазина».

- Показатели, влияющие на продажи.
- Трейд-маркетинг бельевой сети.
- Методы привлечения покупателей в магазин в локальных регионах.
- Мотивация персонала как один из методов повышения продаж магазина.

Юлия Данилова – директор по маркетингу ООО «Единая Европа – Элит»

15.00-15.30 Дефиле – Купальники

16.00-16.30 Программа выживания
независимой розницы

Партнерство с региональными
неконкурентами – повышение
эффективности бизнеса на 20%.

- Основные требования при организации партнерства.
- Направления объединения усилий.
- Повышение эффективности бизнеса.
- Юридические и иные формы организации партнерства.

Владимир Глуховский – генеральный директор Lingerie Club.

17.00-17.30 Дефиле –
Корсетные изделия

19.00 Вечеринка

20 ФЕВРАЛЯ



Алексей Панков

10.00 Открытие

12.00-12.30 Дефиле –
Одежда для дома и отдыха

13.00-13.45 Мастер-класс

«Подбор белья на пышную грудь».

- Не только черное стройнит!
- Миф универсальной конструкции.
- Искусство правильного подбора белья.

Светлана Кардаш – директор отдела дизайна фирмы Gaia, инженер-технолог швейного производства, fashion-stylist, эксперт по подбору белья.

15.00-15.30 Дефиле – Mia-Mia

16.00-16.30 Программа выживания
независимой розницы

Общероссийский
специализированный
информационный портал
Lingerie Club как системная
альтернатива.

- Частные лица как основные пользователи различных сервисов портала.
- Розничные магазины как основные выгодоприобретатели портала.
- Владельцы бренда как источники информации о брендах и коллекциях.
- Оптовики как источники дополнительной информации о магазинах.

Алексей Панков – директор по рекламе Lingerie Club.

17.00-17.30 Дефиле –
Корсетные изделия

19.00 Экскурсия

70 ДЕЛОВЫХ И РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

21-23 ФЕВРАЛЯ • СРЕДНИЙ+/ВЫСОКИЙ

21 ФЕВРАЛЯ



Лидия Коцюкевич

10.00 Открытие

12.00-12.30 Дефиле –
Корсетные изделия

13.00-14.30 Мастер-класс
«Брафиттинг или перспективы
развития нового бизнеса».

- Хочешь жить – умей вертеться или как вовремя оказаться в тренде.
- Почем нынче идея?

Лидия Коцюкевич – руководитель компании Лиан-М, дистрибьютор марок Panache, Parfait, Touche. В сети более известная как несравненная Лидия Хулигановна – блогер и балагур.

15.00-15.30 Дефиле – V.I.P.A

16.00-16.30 Программа выживания
независимой розницы
«Уникальный бутик».

- Анализ развития форматов торговли.
- Технологичность и уникальность.
- Какую долю местного рынка могут занимать уникальные магазины?
- Кто может создавать этот формат и в каких ценовых сегментах?

Михаил Уваров – директор издательского дома «БИК МЕДИА ГРУП», главный редактор журналов «Белье & Колготки», Worldwide Lingerie Guide, «Світ Білизни» и портала belyevik.ru

17.00-17.30 Дефиле –
Купальники

19.00 Lingerie Show

22 ФЕВРАЛЯ



Ксения Царева

10.00 Открытие

12.00-12.30 Дефиле –
Одежда для дома и отдыха

13.00-13.45 Конференция
«Тенденции нижнего белья Осень/
Зима 2018-19».

Ксения Царева – редактор журнала INTIMODA.

14.00-14.45 Мастер-класс
«Визуальный мерчандайзинг в
сегменте нижнего белья – работа с
эмоциями. Как продавать товар на
уровне подсознания».

Анна Баландина – основатель и
руководитель агентства VM Guru.

15.00-15.30 Дефиле – Diva Sharm

16.00-17.00 Управление
развитием бизнеса люксового
бутика с помощью рейтинга.
Владимир Глуховский –
генеральный директор Lingerie Club.

17.00-17.30 Дефиле –
Корсетные изделия

18.00 Розыгрыш сертификатов

19.00 Вечеринка

19.00 Мюзикл «Привидение»



23 ФЕВРАЛЯ



Марианна Лукашенко

10.00 Открытие

12.00-12.30 Дефиле –
Корсетные изделия

13.00-14.30 Мастер-класс

«Тайм-менеджмент: личная и
корпоративная эффективность».

- Как научиться успевать главное.
- Как организовать простую личную систему тайм-менеджмента на своем смартфоне.

• Как сформировать для своей команды единую культуру эффективного использования времени.

Марианна Лукашенко –
д. э. н., профессор, вице-президент
Московского финансово-промышленного
университета «Синергия».

15.00-15.30 Дефиле –
Комбинированное

15.30-17.00 Мастер-класс
«Социальные сети: как брендам
обеспечить приток клиентов в 2018 году».

• Пошаговая схема действий, которая приведет к быстрым результатам.
Мария Высоцкая – бизнес-тренер по бесплатным методам продвижения в социальных сетях и эффективному общению. Мотивационный спикер. Юрист. Владелец pr-агентства Help.smm. Инста-маркетолог. Спикер «The best Luxury Stores Forum». 20 лет в предпринимательстве.

19.00 Празднование 23 февраля
и 8 марта

ЛАТЫШСКИЙ БЕЛЬЕВОЙ ПОТЕНЦИАЛ

С 25 по 26 октября 2017 года в Риге прошел третий латышский Форум бельевой промышленности. В нем приняли участие около 200 профессионалов, в том числе представители нашей редакции.

Организатор Форума, LIAA (Латышское агентство по развитию и инвестициям), пригласил на мероприятие гостей из 12 стран, которые потенциально заинтересованы в латышской продукции. Прежде всего, это были магазины, дистрибьюторы и оптовики из Европы и Казахстана. Больше всего гостей приехало из России, с которой у Латвии давно сложились прочные экономические связи. Россия уже много лет является основным заказчиком и потребителем латышского белья. Надо отметить, что Форум является весьма эффектив-



ной идеей продвижения отрасли, и, по словам организаторов, с каждым годом привлекает все большее число гостей. Первая часть мероприятия проходила в формате конференций и состояла из порядка десяти презентаций, в ходе которых была представлена информация о ведущих западноевропейских рынках. Докладчики, приглашенные журналами группы Intima, рассказали о том, как осуществляются продажи белья в Великобритании, Франции, Италии, Германии, России и на Украине. Юрий Хадарович, руководитель бель-



евого сообщества Latvera, рассказал о производстве белья в Латвии.

Во время проведения Форума все посетители могли пообщаться с каждым участником, поскольку коллекции демонстрировались на отдельных стендах. График встреч был достаточно напряженным, и организаторы внимательно следили за соблюдением регламента. Первый день Форума закончился гала-демонстрацией ведущих марок.



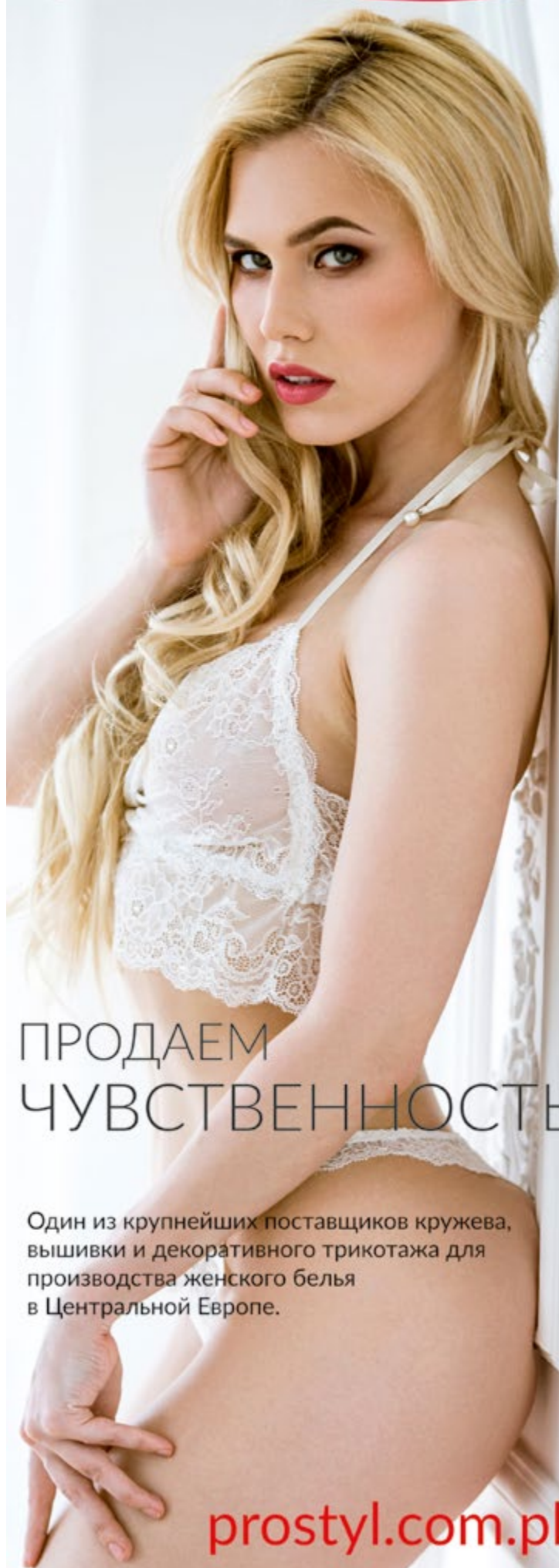


В Латвии, население которой составляет порядка двух миллионов человек, насчитывается 70 фирм, занимающихся производством белья, большинство из которых расположено в Лиепае. В них трудятся около 3000 человек. Более десяти самых крупных производителей несколько лет назад объединились в сообщество Latvera. Годовые обороты сектора составляют около 50 миллионов евро, а 95% продукции идет на экспорт, прежде всего в Россию.

«Латышские фирмы имеют многолетний опыт. Они представляют собой мощный сектор, в котором работают великолепные специалисты, говорящие на трех языках (латышском, русском и английском). В большинстве компании расположены недалеко от основного поставщика сырья Lauma Fabrics. Наши марки хорошо известны на огромных рынках республик бывшего СССР. В то же время нас знают и в Евросоюзе, где клиенты не платят налоги, в том числе НДС. А самое главное, мы намного более эластичны, чем крупные фирмы», – говорит г-н Хадарович. Стоимость одной минуты труда латышских производителей продолжает оставаться на уровне 10-14 центов. Взаиморасчеты облегчает единая валюта, поскольку три года назад Латвия вошла в зону евро. Все это способствует развитию аутсорсинга и вписывается в тенденцию пе-



Pro Styl s.c.



ПРОДАЕМ
ЧУВСТВЕННОСТЬ

Один из крупнейших поставщиков кружева, вышивки и декоративного трикотажа для производства женского белья в Центральной Европе.

prostyl.com.pl



LAUMA FABRICS



LAUMA FABRICS



V.O.V.A.



V.O.V.A.



STEFI L



GLORA

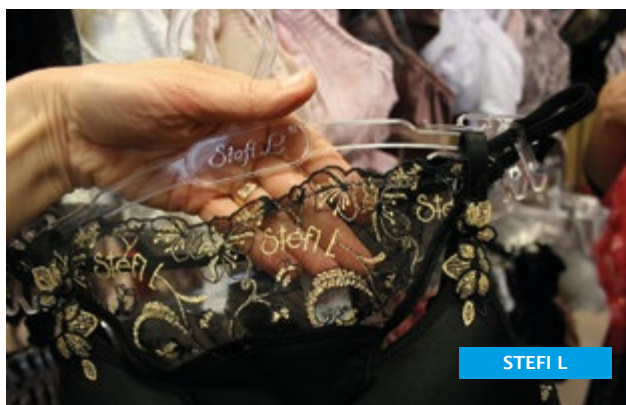
ревода производства из Азии в страны, расположенные ближе к Европе. Стоимость производства остается ниже, чем в старой Европе, при этом этикетка «Сделано в Европе» придает продукции определенный статус.

По приглашению организаторов Форума мы посетили экскурсии на несколько фирм в Лиенае. Первой остановкой в бельевом царстве Латвии стала фабрика Lauma Fabrics. Фирма была создана в 1971 году, где в эпоху наивысшего расцвета на 11 гектарах производственных площадей работало 5000 человек. Появление большого количества производителей в Лиенае сегодня связано именно с тем, что этот гигант в 90-х годах сократил производство, существенно уменьшил штат сотрудников и прошел реструктуризацию. Подобная

ситуация происходила с польскими крупными государственными производствами. Уволенные сотрудники нашли работу во вновь открываемых фирмах. Некоторые из компаний последовательно укрепляли свои позиции на европейском рынке, на котором работают уже 20 лет. Lauma Fabrics продолжает играть ведущую роль в регионе. Фирма производит эластичный и неэластичный трикотаж, ленты, кружево и кружевной трикотаж, снабжая не только своих ближайших соседей, но и компании во всем мире.

Сообщество Latvera помогает латышам продвигать марки за границей, а также работает в совместных проектах по финансированию участия фирм в выставках и поездках с торговыми миссиями. Основное направление – это, конечно, Россия. А также Украина, Франция, Казахстан и Великобритания. Латышские фирмы привыкли к конкуренции, но в то же время понимают, что поодиночке сложно добиться успеха. Несмотря на то, что все производят примерно одно и то же, каждая фирма старается чем-то отличаться от других, чтобы общими усилиями удовлетворять потребности разных групп клиентов.

Во время нашего визита в Лиенае мы также посетили фирмы V.O.V.A., Stefi L и Glora. Эти производители стремятся идти дальше, в Западную Европу, а также укреплять свои позиции в России, где женщины любят и ценят латышское белье.



STEFI L

МД

Международный
салон белья и аксессуаров

 **LINGERIE
SALON**

**13-16 марта
2018**

Москва, ВДНХ,
павильон №75

Женское и мужское бельё

Спортивное бельё

Корректирующее бельё

Купальники

Бельё для сна

Колготы

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

Текстильлегпром
 **Textilegprom** 

www.textilexpo.ru

16+



Полиэстер со дна моря

SEAQUAL™ – новое волокно, которое получают в процессе переработки пластмассовых отходов, добываемых со дна моря. Испанская фирма Seaqual 4U произвела фурор, когда в 2016 году начала его продажу. Первые материалы на основе SEAQUAL были представлены в сентябре 2017 года. Отходы, из которых производится волокно, добываются с помощью 400 рыболовецких лодок, нанятых фирмой. На изготовление одного килограмма волокна идет восемь килограммов

«океанической помойки». По оценке специалистов, ежегодно в море попадает восемь миллионов тонн отходов, из которых 80% тонет и остается вне зоны контроля. Если мы не изменим свой образ жизни, то к 2025 году на каждые три тонны океанической рыбы будет приходиться тонна пластмассы.

Seaqual 4U создал производственную цепочку от рыбака до конечного потребителя, в которой все участники процесса, прядильщики, ткачи и производители готовой продукции, способствуют очистке морей и созданию экопряж, волокон и материалов.

Волокно SEAQUAL™ можно использовать самостоятельно, а также в сочетании с натуральным органическим хлопком, тенселем, вискозой, шерстью и льном. Оно естественного, телесного, цвета можно подвергать окраске, а также облагораживать различными способами. Волокно подходит для создания

одежды, купальных костюмов, спортивной одежды, джинсовой ткани и носков. Из него производятся ткани и трикотаж с использованием круглых станков или машин для бесшовного трикотажа.

SEAQUAL™ характеризуется такими же свойствами, как чистый полиэстер, однако его углеродный след несравнимо меньше. Благодаря производству этого материала, мы очищаем море, экономим до 40% воды и 50% электроэнергии, а также на 60% сокращаем выброс углекислого газа.



Кружевные новинки

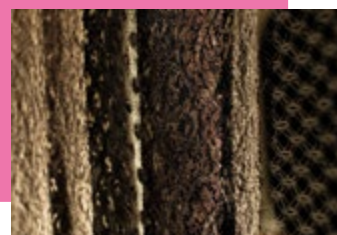
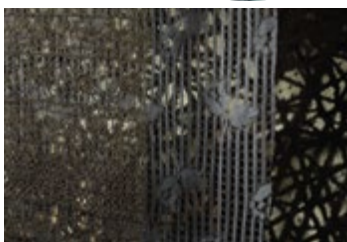
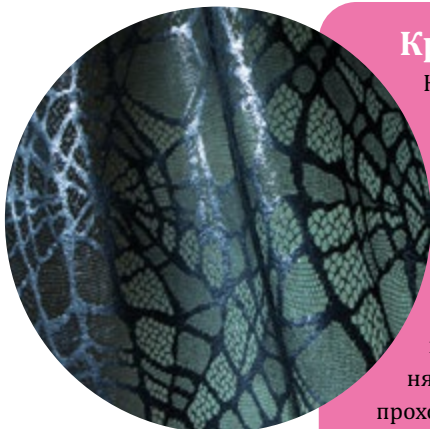
К осени-2018/2019 французский производитель Darquer разработал коллекцию кружева для мужской одежды. Прежде всего, это геометрические узоры от энергетично-андроженных аллюзий до чисто мужских мотивов.

Фредерик Румини, дизайнер Darquer, по-новому интерпретирует необыкновенное кружево Spider, которое отличается особым тканым узором, имитирующим тонкую паутину. Впервые оно было представлено в коллекции на весну 2018 года. Ритмичные повторения создают эффект секси-стиля, родом из семидесятых.

Осенне-зимний вариант Spider «ветлук» выглядит поистине новаторски. Чувственное восприятие усилено, благодаря технике каландрирования, которая видоизменяет поверхность, создавая новую структуру. В процессе производства кружево проходит между двумя валиками и становится гладким и блестящим, поэтому во время движения отражает свет и распространяет радужные блики, словно паутинка.

Последние три года Darquer представляет кружево телесного цвета, которое сливается с телом, будто вторая кожа. В актуальной расширенной коллекции предлагаются основные телесные оттенки, благодаря чему каждая женщина сможет выбрать подходящий ей цвет.

Фирма Darquer была создана в 1840 году. Все кружево производится на станках Leaver в Кале на самой старой фабрике в этом регионе.





Улучшенная версия 3D

Invista вновь применила технологию LYCRA® 3D, которая в 1993 году вывела чулочно-носочную промышленность на принципиально новый уровень. Основой технологии нового поколения выступает волокно LYCRA® 188C. Новый полимер существенно повышает эффективность производства в связи с большей устойчивостью к высоким температурам в процессе стабилизации. Потребители по достоинству оценят такие свойства, как идеальная однородность, исключительная мягкость и высокая эластичность материала, а также великолепная посадка и сохранение формы изделия. Новейшее поколение LYCRA® 3D отличается свойствами, несравнимыми с другими волокнами: колготки обладают памятью формы и даже в сложенном виде соответствуют реальному размеру, что позволяет легко оценить, как они будут выглядеть на ногах. Кроме этого, внешний вид изделия также соответствует всем характеристикам товара премиум-класса.



Производство эластичного кружева для чулок и белья

Изготавливаем образцы по заказу клиента.

В постоянной продаже более миллиона метров кружева со склада.

Поддерживаем большие запасы на складе, поэтому сроки реализации заказа не превышают одной недели.

Предоставляем услугу покрытия силиконом.

В нашем распоряжении две линии, одна из которых соответствует стандартам Эко-текс.

Предлагаем самые низкие цены в Европе.

Продукция имеет сертификат Эко-текс.

Обслуживание и консультации на русском языке.

ANMA Sp. z o.o. группа Bas Bleu

ul. Pomorska 577, 92-735 Lodz, Польша

тел.: +48 601204450, info@basbleu.pl, www.koronki.com.pl

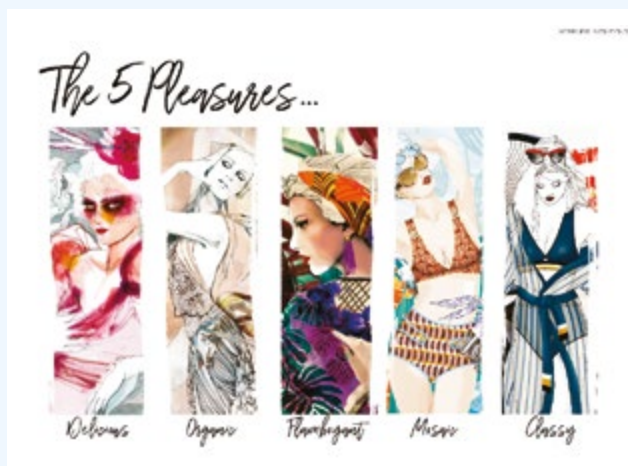
Ответственное лицо: Анджей Суликowski

тел.: +48 601 20 44 50, факс: +48 42 648 45 80



ВРЕМЯ ПЕРЕМЕН

С 20 по 22 января 2018 года в Париже в очередной раз пройдут Международный салон белья и выставка материалов Interfilière. Как подчеркивает организатор мероприятия, компания Eurovet, времена изменились, и у сегодняшних клиентов появились другие потребности, поэтому фирмам придется осваивать новые методы коммуникации с целевой аудиторией. В связи с этим Eurovet предлагает экспонентам и посетителям новые решения и смелые инновационные идеи, которые помогут идти в ногу со временем и выйти за рамки стандартов.



По мнению экспертов, сегодня поход по магазинам – это не только сам процесс приобретения товара, но и возможность пережить эмоции. Поэтому в словаре маркетологов все большее значение приобретают такие понятия, как fun shopping (покупки с радостью), retailtainment (сочетание слов retail и entertainment – покупка и развлечение) или shopping experience (процесс шопинга). Eurovet решила познакомить широкую публику с этими понятиями, поэтому на выставку будут приглашены эксперты, которые поделятся своими знаниями о направлениях развития современной торговли. Кроме того, специалисты искусно украсят интерьер, чтобы продемонстрировать возможности дизайна современных бутиков. Акцент будет сделан на четырех видах магазинов: традиционном, концептуальном, поп-ап и интернет-магазине. На выставке материалов и фурнитуры в этом году интерес, несомненно, вызовет секция Exception (англ. исключение), в рамках которой представлены инновационные решения и идеи. Особое внимание обращено на ткани. Проект будет реализован в виде художественного



оформления, воздействующего на все органы чувств. Куратор проекта – Сильвия Мэзоннав.

Как и в предыдущие годы, свои коллекции на будущий сезон представят ключевые производители белья со всего мира. Всего в данном секторе примут участие более 400 экспонентов, а также ведущие поставщики материалов и аксессуаров (более 180 фирм). Престижная награда «Дизайнер года» в бельевой категории будет вручена фирме Wacoal – крупнейшему представителю японского рынка, который уже более 50 лет является лидером инновационных решений в Азии и Соединенных Штатах, а теперь завоевывает прочные позиции в Европе. В категории производителей материалов награда «Лучший дизайнер года» достанется французской марке Cheynet&Fils, которая с 1948 г. занимается производством эластичных лент и волокон.

До встречи в Париже!





SALON INTERNATIONAL — DE LA LINGERIE —

PARIS

20 21 22
ЯНВАРЯ 2018

Paris Expo Porte de
Versailles Павильон 1

СОБЫТИЕ N1 В
ИНДУСТРИИ
МОДЫ И
НИЖНЕГО
БЕЛЬЯ



INTERFILIÈRE

PARIS

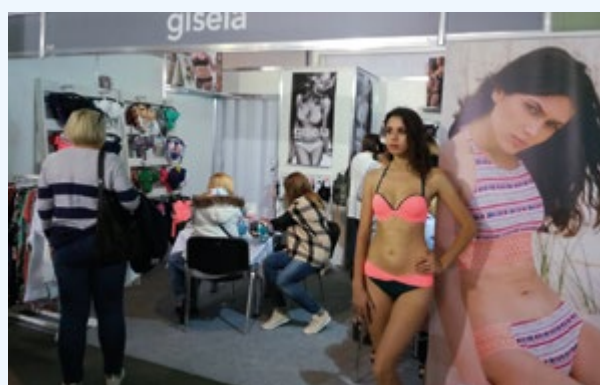


KYIV FASHION НА НОВОМ МЕСТЕ

Ближайшая выставка Kyiv Fashion в Киеве (7-9 февраля 2018 года) готовит сюрприз: мероприятие, которое состоится уже в 34-й раз, будет проходить в новом месте, в Международном выставочном центре на Броварском проспекте, д. 15. Выставочный комплекс находится в центре города, ближе к аэропорту и недалеко от станции метро «Левобережная». Центр имеет большую выставочную площадь, соответствующую современным международным требованиям к организации выставок.

В предыдущей выставке, которая прошла в сентябре, приняло участие 600 фирм, из которых 16,8% представляли бельевую отрасль. Каждый третий посетитель, из почти десяти тысяч, был из розничной торговли, 20% – оптовики. Определенное большинство (70%) искало дешевый или средний по цене ассортимент, и лишь 12% – продукцию премиум-класса.

Большинство участников подчеркивает, что выставка соответствует их ожиданиям: здесь можно планировать коллекции и находить новых клиентов, поддерживать связи с постоянными заказчиками и знакомиться с ситуацией на рынке.



34 МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ФЕСТИВАЛЬ
МОДЫ



7-9
февраля
2018

KYIV FASHION

ufi
Approved
Event

www.kyivfashion.kiev.ua



Место проведения:

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР
Украина, Киев, Броварской проспект, 15 (метро Левобережная)

ДИРЕКЦИЯ ВЫСТАВКИ:

тел./факс: +38 (044) 461 93 40,
+38 (044) 490 62 01

E-mail: style@kmkya.kiev.ua

Информационные партнеры:

image LABEL БИЕ КОЛГОТКИ INTEXA модное белье Швейное Дело PROfashion Community burda style

FAST TEXTILE – КРУПНЕЙШАЯ ТЕКСТИЛЬНАЯ ВЫСТАВКА В ЕВРОПЕ!



Международная 4-я текстильная выставка Fast Textile прошла 16-18 ноября 2017 года в выставочном центре Ptak Warsaw Expo. Масштаб мероприятия стал подтверждением того, насколько важную роль играет эта выставка в отрасли. Производители и импортеры со всего мира продемонстрировали последние коллекции тканей, трикотажа, готовых изделий и швейной фурнитуры. В рамках экспозиции было представлено новейшее оборудование, в том числе швейные, печатные, режущие и вышивальные машины. Посетители выставки могли познакомиться с профессиональными продуктами, торговым оборудованием и решениями в области дизайна помещений на сезон весна/лето-2018.

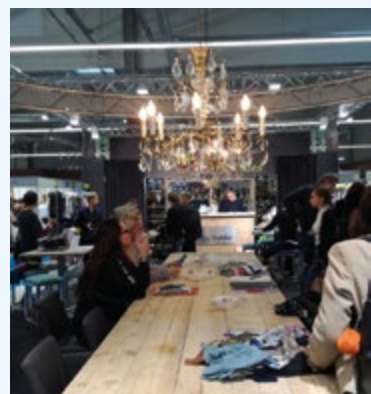
Более 400 экспонентов воспользовались возможностью представить свои лучшие товары и услуги профессиональным и розничным клиентам. За три дня выставку посетило более 27 000 человек, которые по достоинству оценили высококачественные ткани и оборудование, доступное ценовое предложение, сформированное специально на время проведения Fast Textile, а также разнообразие ассортимента.

Выставка была разделена на несколько секций: пять национальных экспозиций (Китай, Турция, Тайвань,

Италия и Голландия), две эксклюзивные зоны модных тенденций, где выставлялись основные экспоненты (павильоны C и D), а также мебельная экспозиция партнера выставки, компании Agata Meble.

Важным моментом мероприятия стали встречи с известными польскими дизайнерами. Мацей Зень поделился знаниями о том, как развивать коллекции, чтобы они были востребованы на рынке. Рафал Михалек (студия Duet MMC) представил доклад о дизайнерских тенденциях на сезон весна/лето-2018. Огромный интерес вызвал мастер-класс «Знакомство с машиной», организованный компанией UltraMaszyna: участники познакомились с секретами шитья на машине и могли изготовить для себя рюкзак с сердечком, вышитым на оборудовании Maszynybrother.pl, и косметичку из водосталкивающей ткани. Во время галантерейного мастер-класса Pasmanteriaozdobna.pl можно было украсить элементы своего гардероба. В рамках Текстильного форума эксперты ведущих фирм проводили мастер-классы и семинары на тему инноваций в легкой промышленности, экологичности текстильных изделий, юридического регулирования и сертификации детской одежды, а также о значении возобновляемого сырья.

В целом выставка прошла весьма успешно, экспоненты осуществили сотни торговых операций и заключили новые контракты. В следующий раз Международная текстильная выставка Fast Textile пройдет 15-17 ноября 2018 года в Ptak Warsaw Expo.





MODE LINGERIE AND SWIM

МОДНОЕ НИЖНЕЕ БЕЛЬЕ

MOSCOW

ДО
ВСТРЕЧИ

19
20
21
22

ФЕВРАЛЯ
2018

CPM



EUROVET

Expocentre
fairgrounds
Moscow

cpm-moscow.com
eurovet.com

0+



CPM
COLLECTION
PREMIERE
MOSCOW

IGEDO
COMPANY

EXPOCENTRE
MOSCOW

Индустрия МОДЫ

Международная выставка

При поддержке:



1-4

МАРТА

2018

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

Место проведения:



Организатор:



Соорганизаторы:



+7 (812) 777 0407 www.fi-expo.ru

ПОРТАЛ О БЕЛЬЕ

WWW.PORMODA.RU

*«Бюстгальтер - единственная вещь в женском гардеробе,
которая приносит радость, когда становится мала»*



GISELA

**Для производителей и дистрибьюторов:
разместить новые коллекции, новости, тренды**

**Для магазинов:
рассказать о своих магазинах, акциях, фишках и изюминках**

Контакты: +7 495 233 25 21, e-mail: mirmoda@mail.ru
ВСЕ ВЫПУСКИ ЖУРНАЛА «МОДНОЕ БЕЛЬЕ» НА САЙТЕ ДОСТУПНЫ ОНЛАЙН

Сибирский
ДОМ БЕЛЬЯ

1000 кв. метров СВОБОДНОГО ДОСТУПА
СОВРЕМЕННЫЙ ОПТОВЫЙ ЦЕНТР

БЕЛЬЕ МУЖСКОЕ, ЖЕНСКОЕ,
ДЕТСКОЕ, КУПАЛЬНИЦЫ,
ЧУЛКИ И КОСОЧКИ НАДЕЖИ

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



MILAVITSA

areline

ORHIDEJA

Intri

InfinityLingerie

DON JOSE

tribuna

Pelican

AYELIE

АТЛАНТИК
центр белья

www.оптом-белье.рф

Бельё и трикотаж
для Вашего
магазина
(343) 221-32-08



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 Sebastian

filodoro

grandissima

VISAVIS

MONE

ROMA

intimidea

VAIBE

GOLDEN LADY

Dimanche

Intri

TORO

Conte

SISI

MILAVITSA

PRIMAVERA

areline

Levante

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

Профессиональная дистрибуция



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

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**



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



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

areline

mia-mia

Dimanche

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, Yaxi, Minimi, Malemi, Vis-à-Vis, Intrin, 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, trasparenze, 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 & БЕЛЬЕ

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



**БЕЛЬЕ, КОЛГОТКИ
НА ЮГЕ РОССИИ**

**СЕТЬ РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОПТОВЫХ СКЛАДОВ
ПО ЮГУ РОССИИ**



**БОЛЕЕ
5000 м²
СВОБОДНОГО
ВЫБОРА**

- Торговые представители в каждом регионе
- Более 50 торговых марок
- Бесплатная доставка
- Гибкие цены

**ГРАЦИЯ
ЯРКТУР**

**IDEA
LINGERIE**

MONE

MINIMI

pierre cardin

MALEMI

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. 3(я) Зеленгинская 56Б
Телефоны: (8512) 61-13-40, 61-13-41, 61-13-42
E-mail: imtex_astra@mail.ru

Conte

Sisi

Philippa Matignon

OMSA

INCANTO

VISAVIS

Conte

Palmetta

ma

MARC & ANDRÉ

INCANTO

gisela

DiWaRi

ARTO

MODIN

UNDERWEAR

Pelican

alla buone

**GIEWONT - это самый
большой оптовый
склад в Польше.**



20 лет с Вами!

**Площадь
10.000 м²**

Предлагаем 7 отделов:

- белья
- чулочно-носочный
- женская и мужская одежда
- спортивный
- детский
- одежда и аксессуары для малышей
- рекламная одежда

• 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

БЕЛЬЕ:

kinga

WOLA

LUPO

MAT

GORTEKS

WOIBAR

cornelle

Garsinia

Ava

HENDERSON

ESOTIQ

Livia CORSETTI

obsessive

Alles

NIPPLEX

LAMA

eucma

ELDAR

M

BRUSCH

Julimex

De Lafense

key

ЧУЛОЧНО-НОСОЧНЫЕ ИЗДЕЛИЯ:

Gatta

WOLA

KNITEX

Derby

GOLDEN LADY

Fiore

Gabriella

Bornpol.pl

rewoon

MONA

COLLECTION

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 !!!

Контакт: Ирина Жуцидло

тел: +48/667-669-608

e-mail: giewonthurt@o2.pl, i.rzucidlo@giewont.com.pl



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 •
- 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

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



VISHCORT.RU - ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР ПОЛЬСКИХ ТОРГОВЫХ МАРОК AQUARILLA, EWLON +7 (495) 215-213-6

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

Миа-Миа РУС

2-й Хорошевский проезд, 7к1
+7 (495) 937-97-94
www.mia-mia.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

New Ways

ул. Ткацкая, д. 5,
www.nvstyle.ru, +7 495 644-46-30

Пробелье

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

ООО Аргус

1-ый Грайвороновский пр-д, д. 20
+7 (495) 956-27-38
e-mail: argus_darya@mail.ru

ООО «Ален-Марк»

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

Специпорт

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

ООО «Стиль и Шарм»

Варшавское ш., д. 11, оф. № 205,
www.sharm-style.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

Вишконт

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

Concept Group

ул. Кубинская 75, склад № 4
+7 812 322 11 22
www.inflin.ru

ООО «Промтекс»

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

ООО Торговый дом „Лаури“

ул. Танкиста Хрустического, 94
(812) 676-77-01
tdlowry@lowry.ru

Югеп

1-ый Мушинский 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

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

Новосибирск, Лингрэ

ул. Большевицкая, д. 131,
к. 2, оф. 18,
info@charm-nsk.ru,
(383) 380-30-80
www.charm-nsk.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. Шосейная 25/6
8-961-462-61-22, 8-905-461-44-45
г. Ростов-на-Дону
пр. Шолохова, 2826
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

Крым, Торговый дом «Вальди»

г. Евпатория
+79015319901
www.tdwaldi.ru

ООО ТД Инвест-Пермь

г. Пермь, ул. Лодыгина 55
8 (342) 269-99-13
b2b.alex@yandex.ru

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



ВСЕ ТОВАРЫ
СЕРТИФИЦИРОВАНЫ EAC



ГИБКАЯ СИСТЕМА СКИДОВ
ДЛЯ ПОСТОЯННЫХ КЛИЕНТОВ



СБОРКА И ОТГРУЗКА
ЛЮБОГО ЗАКАЗА
В ТЕЧЕНИЕ 10 МИНУТ



ПОШТУЧНАЯ ОТГРУЗКА
ДЛЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ

НАШИ ПАРТНЕРЫ

 **obsessive**

 **anais apparel**

PASSION
FREE YOUR SENSES

 **reduce**

ewlon
underwear

Gabriella
RAJSTOPY & PÓNCZOCHY

TARO

Beauty Night
underwear

EVELENA
HOMEWEAR

Bas Bleu



moor
moor

«What Woman Wants»

г. Москва, ул. Набережная Академика Туполева,
д. 15, корп. 22, офис 201

тел.: 8 (800) 700-85-68, 8 (906) 097-46-66, 8 (903) 792-76-71

e-mail: nikol20@mail.ru

Украина, г. Одесса, 7КМ, ул. Банковская, павильон 416

тел.: +38 (067) 801-88-07, +38 (093) 255-99-49

e-mail: xnesta@mail.ru

e-mail: oleggusev8@gmail.com