

БОЙКИЕ МЕСТА

Кристина ХИЛЬКО

■ Производители после бегства западных торговцев не растерялись - усовершенствовали технологии, материалы. Теперь качественные и стильные костюмы, пальто, сумки и множество других интересных вещей из Беларуси доступны модникам от Бреста до Владивостока.

ВЫГОДНАЯ ПЕРЕКРОЙКА

У белорусских производителей каждый может найти «тот самый наряд» на любой случай: от деловых переговоров до уютных домашних посиделок. По качеству, дизайну, цене наша одежда во многом выигрывает у западных брендов. Это ценят миллионы покупателей по всему Союзному государству.

Белорусский павильон на ВДНХ в Москве - уникальное пространство, где посетители не только больше узнают о Беларуси, почувствовав атмосферу гостеприимства, но и могут обновить гардероб. Одежда из натуральных тканей, косметика, галантерея - есть где разгуляться. Консультанты помогают подобрать удобную и стильную обувь, пальто из последних коллекций, даже носки с забавными мемами или «закатанными» в банку от Брестского чулочного комбината.

Сегодня мультибрендовый формат магазинов «все включено» - самый востребованный. Клиент может купить

все необходимое в одной локации, не посещая десятки отдельных точек. Да и для бизнеса это диверсификация рисков, снижение затрат на открытие и охват более широкой аудитории.

Пока в белорусских мультибрендовых центрах России основное место отведено «тяжелой артиллерии» - технике МТЗ, «Амкодора», «Гомсельмаша» и другой, но и легкая промышленность отвоевывает себе место под солнцем.

Председатель концерна «Беллепром» Надежда Лазаревич рассказала, что в таких центрах будут торговать спецодеждой, а также другими товарами - от тканей до ковров.

В мае замминистра промышленности и торговли России Иван Куликов оценил работу беллепромовских предприятий - «Ленты», «Моготекса», «Камволя».

Показываем максимальное количество наших производителей, которые могут быть увязаны в кооперационной цепочке с российскими партнерами. Минпромторг России и белорусские предприятия наращивают совместные проекты, прежде всего в области школьной формы, - уточнила Надежда Лазаревич.

По ее словам, «Камволь» приобретает большое количество шерсти в России. Прорабатывается вопрос субсидирования российских производителей сырья, чтобы поставки шли по еще больше конкурентной цене и бело-



Пришел, увидел - все купил.



русская продукция, соответственно, стала еще конкурентоспособнее в школьной форме, специзделиях и вообще на внутреннем рынке.

Надежда Лазаревич подробнее остановилась на поставках белорусских товаров в Россию:

- Экспорт и импорт у нас на паритетных условиях, мы импортируем химические волокна, шерсть, фурнитуру и необходимые ткани, а взамен поставляем готовые изделия: ковры и ткани. Работаем в тесных кооперационных связях с российскими производителями. Уверена, есть точки для роста.

ЗАБУГОРЬЮ ГОВОРИМ «ГУДБАЙ»

Три года назад в Минске открылся первый белорусский концепт-стор «Да дому». Сейчас тематические магазины появляются в различных городах Союзного государства.

Заходя в торговое пространство, как будто попадаешь в уютный и стильный дом - с сервированным столом, милыми вазами, мягкими пледами, только что тапочки на входе не выдают. Здесь представлена продукция исключительно белорусских производителей: постельное и столовое белье, льняной текстиль, глиняные тарелки,

хрустальные бокалы, домашняя одежда, товары для дизайна интерьера и создания уютной атмосферы в доме. Концепт-сторы можно найти в различных регионах Беларуси, а также в Екатеринбурге и Уфе.

Весной новоселье сеть «Да дому» отметила в Санкт-Петербурге. В крупном торговом центре на площади около двухсот квадратных метров - продукция тридцати с лишним белорусских производителей. Особенно пользуются спросом изделия из фарфора и льна.

Недавно Посол Беларуси в России Юрий Селиверстов посетил один из крупнейших моллов Уфы, где открыты белорусские магазины «Да дому» и «Коминтерн», отметив, что торговые точки активно развивают моно- и мультибрендовый форматы присутствия белорусского легпрома на башкирском рынке, гибко адаптируются под запросы потребителей, пользуются заслуженной популярностью и ожидают поставок летнего ассортимента.



НЕ ВСЕМ КАРТИНКАМ ДОВЕРЯЙ

■ Люди платят за гарантии.

Предприятия работают в условиях жесткой конкуренции. В пару кликов можно заказать на маркетплейсах различный товар, который доставят к дому. Как заинтересовать покупателя?

Модельер-конструктор, основатель и руководитель белорусской модельной школы Лариса Нямцу уверена, что фишки наших производителей - минимализм, качество, долговечность.

В Беларуси и за ее пределами товары любят и ценят за высококачественные материалы, практичность, продуманный крой, спокойную, внетрендовую цветовую палитру.

ЧЕСТНЫЙ ВЫБОР

Эксперт обращает внимание на подводные камни онлайн-покупок - привезенный из-за границы товар на маркетплейсах может быть дешевле, но зачастую вариант на картинке и вещь в пакете расходятся в представлениях ожидания и реальности.

- Тактильное ощущение, визуальное восприятие белорусской продукции более выигрышное. Конкурируя с китайскими, узбекскими, турецкими производителями, важно продвигать имидж качественных белорусских товаров на различных рынках, развивать маркетинг. Минувшим летом посещала Московскую неделю моды, где участники очень тепло отзывались о нашей стране, о белорусских товарах, - отмечает модельер-конструктор.

ДРЕСС-КОД

СВОИ ЕДА И УНИФОРМА

■ Создание корпоративной одежды для торговых сетей - перспективное направление для легкой промышленности.

«Беллепром» разработал и запустил производство новой корпоративной формы для персонала сети ресторанов быстрого питания «Мак.бай». Над созданием коллекции работали ведущие швейные предприятия страны - «Славянка», «8 Марта», «Лента» и другие.

Новая униформа создана в едином стиле. Главным итогом проекта в «Беллепроме» называют стопроцентную локализацию: все ткани, фурнитура и комплектующие, используемые при пошиве, произведены в Беларуси. Как, впрочем, и 97 процентов продуктов, которыми кормят в сети.