

# Нижнее белье отечественных возвращается

## ТРУСЫ И ЛИФЧИКИ, СДЕЛАННЫЕ В ПЕТЕРБУРГЕ, НЕ УСТУПАЮТ ИМПОРТНЫМ, НО СТОЯТ ДЕШЕВЛЕ

Последние знаковые события в российской экономической жизни изменили городской пейзаж: то тут, то там видишь пустые витрины — магазины, бутики закрываются. Теперь отечественные производители в чести: на них обратили внимание крупные торговые центры, где освобождаются торговые площади.

### ПОЛНЫХ У НАС — БОЛЬШИНСТВО

Что же сегодня может предложить покупателю отечественная легкая промышленность? На днях одно петербургское предприятие с восьмидесятилетней историей, которое выпускает нижнее женское белье, устроило презентацию в связи с рестайлингом марки. Если кто не в курсе, рестайлинг — это модернизация стиля.

— Мы хотим показать, что наш продукт лучше европейского, — заявила директор фабрики Татьяна Удачина. — Мы выпускаем преимущественно белье для полных женщин, а таких у нас в возрасте после 35 лет — большинство, со сложными размерами. Спрос в этом сегменте не удовлетворен, а наша компания имеет колоссальный опыт и многолетние традиции для создания достойного продукта в этой нише.

Журналисты побывали в производственных цехах фабрики и убедились, что продукция предприятия действительно высокого качества. Производится она из импортных тканей, на современном импортном оборудовании. В коллективе работают профессионалы. И все же покупательницы не знают марку петербургского женского белья. Все потому, что на рынке она представлена, мягко говоря, недостаточно широко.

По данным аналитиков, 90% женского нижнего белья, которое продается в российских магазинах, — импортное. Причем, как сообщила Татьяна Удачина, основные конкуренты питерских изготовителей — Латвия и даже Белоруссия. Например, в крупных торговых центрах вообще не встретишь отечественного белья. Наши бренды туда не приглашали — до сих пор. И вот сейчас вроде бы ситуация меняется.

### В БОЛЬШИХ ГОРОДАХ ПОКУПАЮТ БЕЛЬЕ ТРИ РАЗА В ГОД, А В МАЛЕНЬКИХ — ОДИН РАЗ

— Оптовики сейчас стараются избегать «длинных денег» и долгосрочных обязательств, стараются планировать закупки своего товара на несколько месяцев вперед, а не на полгода или год, как это было раньше.

Оптовикам сейчас выгоднее работать с российским производителем из-за нескольких факторов: стабильности поставок продукции и оптимальной логистики, политики ценообразования, которая зависит не только от курса евро или доллара, но и от возможности планировать бизнес, — поясняет Татьяна Удачина.

Поэтому и коллектив фабрики воодушевился: рестайлинг тому доказательство. Еще обновили сайт, вскоре откроется интернет-магазин. Словом, все будет на международном уровне. Кстати, как утверждает Александр Никулин, директор по развитию, ежегодно продукция фабрики участвует в парижских модных выставках и неоднократно получала там награды.

— Мы ожидаем, что в 2016 году ситуация в экономике изменится в лучшую сторону, покупательский спрос снова вырастет, поэтому сейчас самое время совершить экспансию на рынок, — считает Александр Никулин. — Тем более что в ближайшие годы, по нашим прогнозам, будет развиваться культура покупки и ношения нижнего белья.

Сегодня, по оценкам экспертов, европейские женщины приобретают в среднем 4 — 6 комплектов нижнего белья в год, в то время как в России этот показатель намного меньше и составляет всего 1 — 2 комплекта. Причем если в больших городах женщины приобретают 3 — 4 комплекта белья ежегодно, то жительницы регионов, городов и поселков с маленькой плотностью населения могут купить один комплект за один-два года.

### ОТ КРУЖЕВ НЕ ОТКАЗАЛИСЬ

В компании считают, что самый трудный период миновал, он пришелся на конец прошлого года, когда евро подскочил до ста рублей.

— У нас налажено многолетнее сотрудничество с зарубежными предприятиями, которые поставляют нам ткани. И они дорожат этим сотрудничеством, так как мы зарекомендовали себя обязательными и надежными партнерами, — рассказывает Татьяна Удачина. — Когда валюта резко подорожала, они пошли на то, чтобы дать нам существенные скидки. Так как не хотели нас потерять.

По словам Татьяны Удачиной, кризис и



Продукция отечественных предприятий по качеству не уступает импортным товарам.

санкции все-таки сказались на продукции — цены на нее выросли на 20 — 30%, но объемы выпуска продукции остались прежними.

— Не только ткани, но и все комплектующие для белья и купальников мы заказываем за границей. Поэтому цены, конечно, на все это поднялись. Главное, что поставщики не изменились и, несмотря ни на что, продолжили работать с нами, — сообщила

директор по производству Ольга Денисова.

По утверждению Александра Никулина, не повлек перестройки производства и вступивший в силу в прошлом году пресловутый техрегламент Таможенного союза «О безопасности продукции легкой промышленности». Напомним, что он содержит требование к гигроскопичности изделия под названием «трусы» на уровне 6% (других предметов нижнего белья техрегламент по этому параметру не касается). Гигроскопичность же самых популярных синтетических полотен для пошива трусов составляла, по данным за 2012 год, около 3 — 3,6%.

— От кружевных трусов мы не отказались, так как изначально шьем их не из полиэстера, который обладает низкой гигроскопичностью и поэтому кружевные трусы из него теперь запрещены, а из полиамида: этот материал отвечает всем требованиям технического регламента, — сообщил Александр Никулин.

В 2015 — 2016 годах компания планирует увеличить выпуск продукции на 25 процентов. Причем торговлю она намеревается также взять в свои руки и открыть несколько фирменных магазинов в городе. Что касается цены, то комплекты нижнего белья петербургского производства стоят в пределах двух тысяч рублей. Это диапазон средней ценовой категории. Кстати, комплекты производства Германии, например, стоят приблизительно на 50% дороже.

