

ТЕНДЕНЦИИ

Новый вкус «Русского дара»

Компания PepsiCo после приостановки производства и продаж в России Pepsi, Mirinda и 7UP рассматривает возможность создания новых брендов. Уже презентован напиток New Cola и напиток со вкусами апельсина и лимона с лаймом под брендом Fruitz. Кроме того, компания планирует расширить линейку продукции под брендом «Русский дар». Кроме кваса она, возможно, будет включать лимонады разных вкусов. Все напитки будут иметь абсолютно новую рецептуру, что исключит ассоциации с ушедшими брендами.

На начало 2020 г. PepsiCo занимала 5,2% российского рынка безалкогольных напитков. Лидером была Coca-Cola с долей 6,2%.

Обрусееет финская молочка

Финский молочный концерн Valio, проработав в нашей стране более ста лет, продает российское подразделение производителю продуктов питания «Велком». Оригинальный бренд останется в российских магазинах, пока не закончится упаковка и не истечет срок годности продукции.

По данным 2020 года, продажи российского подразделения Valio составляли около 5% от глобальных продаж концерна. Оно производило сыры на собственном заводе в Подмоскovie и на локальных партнерских мощностях. В том числе в 2020 году было запущено производство детского молока на мощностях группы компаний «Галактика» в Гатчине.

Игрушки в стандарте

В Совете Федерации состоялось подписание подготовленной Росстандартом перспективной программы стандартизации в области товаров и услуг для детей на период 2022–2027 гг. За пять лет планируется разработать первые или пересмотреть 168 национальных и межгосударственных стандартов, из них 154 на детские товары и 11 на услуги для детей. Документ включает разработку стандартов и на товары для детей с ограниченными возможностями. Финансирование реализации программы предполагается из средств федерального бюджета, а также компаний-производителей.

Защита от граффити

Экспертный совет особой экономической зоны в Петербурге одобрил реализацию нового инвестиционного проекта компании «БР-Инвест», которая намерена построить производство по выпуску листовых металлов, покрытых полисиликоном (инновационное покрытие, которое защищает поверхность от коррозии, граффити и воздействия ультрафиолета). Их будут применять в интерьере и экстерьере архитектурных зданий.

Реализовать проект планируется на площадке «Новоорловская». Инвестору требуется земельный участок площадью 1 га, на котором разместятся два производственных и одно административное здание. Объем инвестиций в проект составляет 564 млн рублей.

Вакцина с памятью

В Санкт-Петербургском институте вакцин и сывороток ФМБА России запущено промышленное производство вакцины от COVID-19 «Конвасал». Препарат представляет собой эмульсию для внутримышечного введения, после прививки у человека начинается выработка специфического клеточного иммунного ответа и феногипа центральных клеток памяти. Мощности института позволяют выпускать до 2 млн доз вакцины в месяц.

Зоопатка укомплектована

В Ломоносовском районе Ленобласти расширяет выпуск инновационной продукции компания по производству современных вакцин для птицеводства «Авивак». Всего в России в 2021 году произведено 14 млрд доз вакцин от болезней животных и 170 млн единиц фармацевтических ветеринарных продуктов.

Кантеле делают в Карелии

Соглашение на изготовление комплекта национальных музыкальных инструментов (кантеле-прима, кантеле-альт, пяти- и десятиструнные кантеле) заключили Лодейнопольский детский центр эстетического развития и ансамбль песни и танца Карелии «Кантеле». Готовые инструменты будут переданы в лодейнопольский центр, где откроется кружок кантелестов.

Шины в деле

В Ленобласти состоялась сезонная акция по сбору покрышек для переработки. Однодневные пункты сбора были организованы с 15 по 30 апреля в Тосно, Волкове, Киришах, Волосове, Сертолово, Тихвине, Выборге и Новое Село Ломоносовского района.

Шины являются отличным сырьем для создания новых продуктов. Например, резиновой крошки, которая используется для изготовления спортивных и детских площадок, в дорожном строительстве и при производстве различных резинотехнических изделий.

Наши бренды выходят из тени

Алла ЧЕРЕДНИЧЕНКО
cherednichenko@spbvedomosti.ru

После того как из России ушел ряд зарубежных одесных компаний, некоторые отечественные чиновники заявили: рынок остается высококонкурентным и освободившаяся ниша долго пустовать не будет. Российские представители индустрии моды к этому готовы, но с оговоркой: многое будет зависеть от господдержки.

Дьявол остался без Prada

По данным Минпромторга РФ, сегодня в стране зафиксировано больше тысячи отечественных брендов одежды, обуви и аксессуаров, однако их популярность пока невелика. До недавнего времени продукция российских производителей на собственном рынке легпрома занимала всего 20%. Нынешние события, разумеется, дают российской индустрии моды шанс выйти из забвения. И вполне возможно, что в перспективе мы будем наряжаться в одежду из коллекций под маркой «Сделано в Петербурге».

Председатель городского комитета по промышленной политике, инновациям и торговле Кирилл Соловейчик сообщил, что уже составлены списки освободившихся в торговых центрах помещений, а также дизайнеров, которые готовы эти места занять и развивать. Эта работа будет поставлена на «системные рельсы», заверил глава комитета.

Наиболее же активные дизайнеры действуют на опережение самостоятельно. На конференции по «модному» импортозамещению в петербургском Доме журналиста была презентована новая петербургская площадка, объединяющая российских модельеров. Центральная галерея дизайнеров открылась в Северной столице в начале апреля. Создатели галереи обещают, что в ней будут появляться по четыре новые коллекции в год. Все они должны быть выдержаны в петербургском стиле и отличаться доступной ценовой политикой.

«Идея создания галереи продукции местных дизайнеров родилась полтора года назад, еще до событий на Украине», — рассказывает директор по развитию галереи Патрисия Карагозян. — Мы провели исследование, которое показало, что десятки талантливых русских дизайнеров не имеют возможности заявить о себе. Мы начали

В 2021 году петербургские предприятия отгрузили текстильной продукции на 15 961 млн рублей, одежды — на 16 765 млн рублей.

сотрудничать с петербургскими дизайнерами, но когда политическая и экономическая ситуация в стране стала резко меняться, почувствовали, что это не только наше дело, оно нужно городу и стране. В итоге решили не ограничиваться рамками только Петербурга: сегодня в проекте принимают участие более 45 отечественных модельеров со всей России: из Москвы, Сочи, Орла, Костромы, Вологды, Казани, Екатеринбурга, Барнаула и Сахалина».

Среди представленных в галерее отечественных брендов присутствуют новые и пока неизвестные российскому потребителю названия — AVIS, Эльвира Баско, Coccoon, D-M Дженет, Galina Grishina, INDOSSERO, IRIANA, KERMOLINA, Ольга Кольвах, Pashmina Kashmira, Tanaya Alexandrova, ToryZak, Unicitia... Другое дело, что речь в основном идет о дизайнерах, а не о масс-маркете. А это абсолютно разные вещи. Суть дизайнерской деятель-



ФОТО: АГЕНТСТВО ТЕОДОРИНА/ТАСС

ности в создании эксклюзивных серий одежды с высокой себестоимостью и соответствующим ценником. Чтобы получить демократичные цены, нужны объемы и упрощенная технология производства.

«В России есть и масс-маркет, он сейчас тоже будет активно развиваться и в перспективе спокойно заменит европейские бренды, к которым привыкли наши потребители», — уверена одна из участниц проекта, основательница бренда ToryZak, дизайнер Виктория Козак. — Если в течение года западные игроки не вернутся, то потом они уже не смогут этого сделать, поскольку ниша будет занята. Мы постараемся возродить культуру производства, создать полноценную экосистему российского фэшн-бизнеса. Для этого необходимо заявлять о себе и объединяться. Какая бы сложная ни была обстановка, люди все равно будут нуждаться в одежде. Если вспомнить Коко Шанель, то она развивала свое дело в не менее неблагоприятных условиях».

У Виктории пока небольшое производство с максимальной мощ-

Шелковый путь легпрома

Сырье — одна из болевых точек отечественной индустрии моды. Сегодня в России производится всего 5% тканей от нужного количества для организации полноценного пошива одежды. Уже понятно, что нас ждет еще более тесное сотрудничество с Китаем, Турцией, Индией, Бразилией, Паки-

За последние десять лет в России больше всего увеличилось производство женских нарядов (+132%) и форменной одежды (+126%).

станом, Ираном. Охотно идут на встречу также Казахстан, Таджикистан, Узбекистан, Туркмения и, конечно, Белоруссия, где в легкой и текстильной промышленности работает около двух тысяч предприятий, которые так или иначе взаимодействуют с Россией.

В целом же, по мнению специалистов, решить проблему с тканями будет намного легче, чем с оборудованием. Даже заместитель главы Минпромторга Виктор Евтухов здраво констатировал, что на данный момент надеяться на развитие собственного производства оборудования для легпрома в РФ не стоит. К сожалению, технику придется завозить из-за рубежа.

Еще одна важная проблема отрасли — острый дефицит персонала. Профессиональные технологов, конструкторов, закройщиков, швей не найти днем с огнем.

Господдержка невидимка

Все перечисленные проблемы были озвучены на конференции в Доме журналиста, в которой, кроме дизайнеров и производителей, приняли участие представители городского Центра развития и поддержки предпринимательства и Петербургской торгово-промышленной палаты.

Они отметили, что у Северной столицы есть все (в том числе «места для вдохновения»), чтобы индустрия моды активно развивалась, и сказали общие фразы о том, что организации, которые они представляют, готовы оказывать

информационно-образовательную поддержку и предоставлять юридические консультации.

«Мы проводим обучающие семинары, в том числе на тему, как выходить на экспорт. Подсказываем альтернативные варианты поставщиков, которые сегодня хотят сотрудничать с нашей страной», — отметила вице-президент СПб ТПП Екатерина Лебедева. «Последние два года мы уделя-

специально не собираем» — был дан лаконичный ответ. Но если нет элементарных данных о тех, с кем работать и кому помогать, то каким образом можно организовать поддержку?

Кроме того, по словам представителей отрасли, власть не всегда понимает, что для креативных дизайнеров и производителей масс-маркета меры поддержки должны различаться. При этом и те и другие нуждаются в интегрированной единой системе.

«Процесс импортозамещения в индустрии моды достаточно сложный, трудоемкий и затратный», — уверена владелица собственного бренда Ольга Кольвах. — В нынешней ситуации отрасли необходима более конкретная, осязаемая и специализированная поддержка. У креативщиков и производителей разные задачи, тираж, себестоимость. Креативный дизайнер — это про творчество, а производитель — про бизнес. Индустрия моды не может обойтись ни без одного, ни без другого».

И, конечно, на мероприятии, где собрались представители индустрии, не обошлось без обсуждения модных тенденций.

«Я бы обратила внимание на характерную особенность моды — предсказывать будущее», — отметила директор петербургского модельного агентства Жанна Лозоватор. — Как правило, все, что мы видим на подиуме, через год случается в нашей жизни. Некоторое время назад, когда еще никто не предполагал, что нас ждет весна 2022 года, на подиумах был востребован стиль милитари... Зато в современных новых коллекциях, многие из которых я по долгу службы уже видела, этого стиля практически нет. Несмотря на то что мне он в какой-то степени нравится, в нынешних условиях эта тенденция радует».

МЕЖДУ ТЕМ

Пока отечественные бренды выбираются из забвения и присматриваются к торговым центрам, «Яндекс.Маркет» для локальных брендов запустил онлайн-универсам РУМ. На этом ресурсе производитель может создать собственное уникальное пространство, оформить витрину в стиле своего бренда, представить на ней свою продукцию. Сервис планирует добавлять новые функции для магазинов, чтобы небольшие компании могли развивать продажи еще эффективнее. В том числе они смогут размещать на своих витринах «сторис».

На витрине этой платформы уже представлено более десяти локальных брендов. Это и верхняя одежда, и летние платья, и аксессуары.

Упаковка станет золотой?

Елена ШВАРЦ

От Минприроды поступило предложение расширить перечень товаров и упаковки, подлежащих утилизации после утраты ими потребительских свойств, а также внести изменения в нормативы утилизации отходов от использования товаров на 2023–2025 годы. Соответствующий проект постановления правительства РФ опубликован на федеральном портале проектов нормативных правовых актов.

Разработанный перечень дополнен товарами из 34 групп. В этом списке текстильные изделия (кроме одежды), ковры, белье, бумажная и картонная упаковка, шины, стеклянные зеркала, пластмассовые изделия, компьютеры и др. Также устанавливаются новые долгосрочные нормативы утилизации отходов от использования товара или упаковки.

«Сегодня утилизируется только 4,5% отходов, остальное направляется на полигоны для захоронения», — подчеркивает глава Минприроды Александр Козлов. — Вопрос создания системы утилизации является приоритетным. Поэтому если бизнес не утилизирует самостоятельно, то он должен заплатить экосбор в пользу государства, которое будет создавать необходимые мощности и развивать систему обращения с отходами».

Представители бизнеса к этой

идее отнеслись скептически. По их мнению, принятие документа может привести к двукратному повышению стоимости отечественных товаров, что с учетом нынешних экономических реалий, мягко говоря, несвоевременно. Ряд национальных отраслевых и ассоциаций производителей опубликовали свои комментарии к этому проекту.

Так, Ассоциация дистрибьюторов и производителей электротехники «Честная позиция» (АЧП) считает, что реформа требует более вдумчивого подхода. «Мы уже подготовили ряд предложений по внесению изменений в документы и готовы активно подключиться к обсуждению системы РОП (расширенная ответственность производителя) по утилизации», — говорит директор по маркетингу АЧП Анна Дружинина. — Если говорить об электротехнической отрасли, то под действия ре-

формы подпадают сразу две большие группы товаров: осветительное оборудование и кабельно-проводниковая продукция».

По оценке руководства АЧП, на территории РФ недостаточно перерабатывающих мощностей. Кроме того, на рынке используется в том числе упаковка, которая не поддается переработке, присутствует производственный брак, существуют природные факторы, и все это противоречит характеру экологического сбора. Таким образом, почти за половину выпускаемой упаковки необходимо будет безальтернативно платить экосбор.

Обновленный документ предусматривает и запуск электронного реестра с указанием мощностей утилизаторов. Предприниматели уверены, что внесение сведений о товарах в систему ЕГИС УОИП (Единая государственная информационная система учета отходов от использования товаров) увеличивает риск остановки оборота продукции на рынке и создания дефицита социально значимых товаров.

«Остается открытым вопрос, каким образом будут осуществляться сбор информации в этот реестр товаров и контроль полноты и достоверности вносимых сведений

при отсутствии информации о точном числе хозяйствующих субъектов РОП», — комментирует Анна Дружинина. — Вводятся лицензии на утилизацию отходов от использования товаров 1–5-го классов опасности. Но каким образом будут выдавать лицензии на 5-й класс опасности отходов, к которому относится большая часть отходов упаковки — бумага, картон, полиэтилен, гофрокартон и т. д., тогда как действующее законодательство практически не регулирует этот класс отходов, на текущий момент непонятно».

Коллеги поддерживают представителей Ассоциации производителей шин. Против принятия проекта в представленной редакции выступает и Ассоциация предприятий в сфере радиоэлектроники, информационных технологий и инжиниринга.

Специалисты Российского союза промышленников и производителей (РСПП) также указывают на сложность реформы и на «отсутствие должного уровня администрирования производителей уже имеющихся групп товаров и упаковки». Они предлагают учитывать многолетний международный опыт, когда при становлении

института РОП показатели по утилизации отходов вводились всего на несколько групп товаров и упаковки (упаковка, электроника, масла, батареи, шины), и лишь после апробации механизма администрирования перечень объектов постепенно расширялся.

«Представленный проект постановления вместо выделения ключевых групп товаров и упаковки предлагает расширить существующий перечень товаров, при этом не представлено ни экономического обоснования документа, ни механизма контроля новых субъектов регулирования. Между тем, в соответствии с концепцией РОП, утвержденной в 2020 году, предлагалось установить целевые показатели на упаковку, шины, электронику, батареи и нефтепродукты», — напоминает в РСПП.

Анализируя основные претензии производителей, можно сделать вывод: проект предусматривает установление нормативов утилизации, которых достичь невозможно, поэтому предприниматели будут вынуждены просто платить экосбор. Его, очевидно, заложат в стоимость товаров, а в итоге мы получим очередной виток инфляции.