****

27-31 августа в Москве состоялась первая Международная бизнес-платформа Bee-Buyer.ru. Мероприятие, организованное Русской ассоциацией фешен-индустрии (РАФИ), предложило российским ритейлерам и владельцам модных магазинов новую рабочую площадку для контакта с поставщиками из разных стран.

В платформе приняли участие 15 брендов из России, Швеции, Армении, Дании, Греции, Германии, Польши, США, среди них - Trioni, Didriksons 1913, «Александрия», Devoré, F5, Broadway NYC, Arrow 1851. Большинство экспонентов уже давно работают на российском рынке, имеют пул постоянных клиентов, но заинтересованы в новых партнерах, с которыми можно выстроить долгосрочные отношения.

Платформа, организованная РАФИ, заинтересовала компании новым форматом отраслевого мероприятия, который обеспечивает целевой трафик и комфортную атмосферу для плодотворной работы. *«Мы представлены на рынке России более 20 лет, и нам интересно все новое,* – сказал **Михаил Суфин**, гендиректор компании F5, монобрендовой сети магазинов джинсовых изделий и трикотажа. – *Мы давно общаемся с РАФИ, знаем, что ассоциация постоянно предлагает какие-то оригинальные проекты, и нас заинтересовала ее новая инициатива».*

Спектр предложения экспонентов был довольно широк. На Bee-Buyer.ru были представлены коллекции верхней, мужской, женской и детской одежды, школьной формы, трикотажа – в деловом и кэжуальном стилях, – а также дизайнерские коллекции. Для многих участников платформа стала возможностью ознакомить байеров с новым ассортиментом своих брендов. Так, российское предприятие «Александрия», выпускающее коллекции мужской классической одежды под брендом Bellford и школьную форму под маркой «Класс», в этом году сделало ребрендинг, результаты которого представило в рамках платформы. «*Под ТМ Bellford мы разработали несколько линеек разной направленности: Prestige (премиум), Сlassic (на каждый день), Casual (городской стиль) и Belford Style – для активного и модного образа жизни, это классика, переработанная с учетом требований рынка,* – рассказала **Екатерина Быстрова** из компании «Александрия». – *И сегодня мы нуждаемся в новых партнерах, которые поймут и оценят наш продукт».*

Шведский бренд Didriksons1913, известный прежде всего как производитель теплой верхней одежды, на платформе предложил широкий выбор продукции для всех сезонов. *«В России эта марка представлена более 8 лет,* – уточнила **Наталья Буйнякова**, директор по продажам и маркетингу Didriksons Russia. *– В некоторых регионах интерес к Didriksons1913 обусловлен климатическими особенностями. Например, в Сибири, на Северо-Западе и Дальнем Востоке. Однако у нас есть не только осенне-зимние, но и более легкие весенне-летние модели: ветровки и плащи, для города и активного отдыха на природе. Надеемся, что Bee-Buyer.ru поможет нам заинтересовать широким ассортиментом бренда новых партнеров из разных регионов России».*

Посетителями платформы стали байеры из Москвы, Санкт-Петербурга, Иркутска и других российских городов-миллионников, а также представители сетей «Мега Джинс», Sela, Fashion House и др. Многие ритейлеры искали новые бренды, которые предлагают оригинальный дизайн с оптимальным соотношением цены и качества. Одна из таких марок - 5900BC, представившая под эгидой Организации Объединенных Наций по промышленному развитию (ЮНИДО), капсульную коллекцию бренда, которая выпущена армянскими производителями одежды и обуви совместно с итальянским дизайнером. Проект объединяет усилия ведущих швейных фабрик этой страны. *«Таким образом мы можем продемонстрировать возможности швейных предприятий Армении и отрасли в целом,* – отметил **Микаэл Оганисян**, национальный эксперт по маркетингу ЮНИДО. – *Бренд 5900BC предлагает итальянский дизайн и итальянское качество по армянским ценам. На Bee-Buyer.ru мы хотим приобрести новые контакты, новые деловые знакомства, показать, чем может похвастаться армянская легкая промышленность, и ждем заказов для предприятий нашей страны».*

Значимыми преимуществами Bee-Buyer.ru стали время проведения и локация. Платформа открыла осеннюю серию отраслевых выставок текстиля и одежды и совпала по времени с экспозициями «Интерткань», «Текстильлегпром» и CPM — Collection Première Moscow. А место проведения – ТРЦ «Афимолл Сити» - было очень удобным для клиентов участников платформы, которые могли посетить сразу несколько интересующих их выставок. *«Очень важно, что Bee-Buyer.ru фактически открыла сезон выставок в Москве. На многие из них приезжают наши клиенты, которые могут совместить посещение всех мероприятий,* – подчеркнул Пауль Фур, представлявший на платформе бренды Broadway NYC (Германия) и Arrow 1851 (Германия/США) – *К тому же, платформа идет пять дней – такой формат, по сути, совмещает в себе выставку и шоу-рум, есть возможность продлить время заказов».* Под маркой Broadway NYC выпускается модная женская и мужская комби-коллекция, включающая в себя верхнюю одежду для аудитории в возрасте от 25 лет. Основной акцент дизайнеры делают на функциональность, удобство и комфорт, возможность выглядеть всегда актуально, что позволяет сделать одежду привлекательной для широкого круга покупателей. Бренд Arrow 1851 предлагает полный ассортимент мужской одежды классического, лайфстайл-стиля и смарт-кэжуал. Обе марки вызвали повышенный интерес со стороны байеров. *«Мы довольны результатом, эта платформа действительно работает,* - сказал **Пауль Фур**. - *Мы свой план полностью выполнили. Все клиенты, которые к нам приходили, отметили, что в этой локации достаточно удобно и спокойно. Атмосфера рабочая, совершенно нет случайных посетителей, как бывает на крупных выставках, ничто не отвлекает от общения с клиентами. Поэтому мы смогли грамотно отработать, показать каждую модель коллекций и получить очень хорошие заказы. Это говорит о высоком качественном уровне платформы».*

Эффективность формата Bee-Buyer.ru отметил и **Владимир Петрушкин**, руководитель шоу-рума Gatex, представлявшего на платформе марки Roy (Польша), SNTA (Греция), Trapper (Германия), Allsize (Дания): *«Организаторы правильно выбрали локацию, что позволило клиентам посетить сразу несколько выставок. Это было удобно и экспонентам, и их партнерам. Помимо заказов, которые мы заранее утвердили с клиентами, мы получили спонтанный трафик клиентов, которые приходили к другим брендам и которых заинтересовала рассылка РАФИ о платформе».*

Одним из фаворитов байеров стал бренд GOOD российской компании «Арт-Империя». GOOD предлагает молодежную одежду в стиле сasual: футболки и толстовки с принтами уникального дизайна, выполненными с использованием спецэффектов — изделия светятся в темноте и ультрафиолете. *«Нам понравилось, что приходили только профессиональные клиенты, которым интересна коллекция. И это большой плюс,* - поделился **Дмитрий Степанов**, коммерческий директор компании. – *И сетевым байерам, и байерам из городов-миллионников очень понравилась наша фишка – футболки со спецэффектами. Уже на следующий день после завершения платформы мы подписали договора и буквально завтра начнем поставки. Это очень хороший результат».*

Безусловно, участие в Bee-Buyer.ru дало брендам не только шанс найти новых клиентов, но и получить уникальные аналитические данные по востребованности своих коллекций, что позволит развивать предложение в нужных направлениях, ориентируясь на конкретный спрос. Многие экспоненты, а также новые компании, узнавшие о результативности работы на Bee-Buyer.ru, выразили желание участвовать в следующих мероприятиях – в настоящий момент подано уже более двух десятков заявок на вторую международную платформу Bee-Buyer.ru.

**Организатор:** Русская ассоциация участников фешен-индустрии (RAFI/РАФИ)\*

*\*Русской ассоциации участников фешен-индустрии (РАФИ) в 2017 году исполняется два года. За столь короткий срок РАФИ удалось объединить почти полсотни российских производителей и ритейлеров и осуществить ряд значимых отраслевых проектов таких как организация платформы по аутсорсингу BEE-TOGETHER.ru*

Телефон: +7 (495) 626-30-10

Официальный сайт мероприятия: [www.bee-buyer.ru](http://www.bee-together.ru/#_blank)

Сайт: www.rafi.moscow, e-mail: president@rafi.moscow

Адрес: Москва, 3-Хорошевский проезд, 1, стр.1, Бизнес-центр «Бега»