

Деловая программа

03/10, Большой зал

Глобальный подиум. Недели моды на всех континентах

Большой зал, 03/10, 11:00–12:15

Сейчас наблюдается заметное смещение сфер влияния в мировой модной индустрии в сторону стран БРИКС, которые все активнее диктуют тренды и привлекают внимание ведущих дизайнеров и брендов. Это касается недель мод и различных мероприятий индустрии, которые не только формируют глобальные тренды, но и отражают местные особенности. В Азии фестивали моды выделяются смелыми экспериментами с формами и текстурами, отражая динамичную культурную сцену и технологический прогресс региона, что делает азиатские недели моды центрами инноваций и креативности. Африканские дизайнеры привлекают внимание своими яркими принтами и смелыми цветами, часто вдохновленными местными ремеслами и традициями. В Латинской Америке недели моды фокусируются на органичных материалах и устойчивом дизайне, поддерживая местное производство и ремесленников. С развитием виртуальных показов, 3D-дизайна и модных метавселенных, бренды стремятся адаптироваться к изменениям в потребительском поведении и новым вызовам времени. Все больше внимания уделяется не только внешнему виду одежды, но и производственным процессам, влиянию на окружающую среду и социальную ответственность. Эти изменения трансформируют как содержание модных недель, так и их формат, делая их более доступными и глобальными, но в то же время подчеркивающими уникальность каждого региона.

1. Каковы ключевые тенденции, представленные на неделях моды в различных регионах?
2. Как культурные и исторические особенности каждого региона влияют на представленные коллекции?
3. Как экономическая ситуация в разных странах отражается на неделях моды и наоборот?
4. Как недели моды влияют на местные дизайнерские сцены и малый бизнес в разных странах?

Спикеры

Стивен Манзини

Soweto Fashion Week,
Генеральный директор

Хейден Нг

ASEAN Fashion Designers
Showcase | ASEAN International
Fashion Week, Президент

Сьюзен Сабет

Egyptian Fashion & Design
Council, Член правления и
генеральный секретарь

Ян Цзянь

CHINA FASHION ASSOCIATION,
Исполнительный председатель
Китайской ассоциации моды и
председатель Оргкомитета
Недели моды в Китае

Мохамад Эль Сагир

Wild sky group, Главный
управляющий

Фернандо Якс

Guatemala Fashion Week,
Ассоциированный директор

Модератор

Дарья Халфина

Independent Media, Главный
редактор

Мода как культурная дипломатия. Глобальные перспективы дизайнерских брендов

Большой зал, 03/10, 12:30–13:30

Мода не только отражает культурные традиции, не зная географических границ, она становится важным инструментом культурной дипломатии. Российские дизайнерские бренды успешно демонстрируют на мировой арене инновационные решения и культурные особенности. Такие известные дизайнеры, как Денис Симачев и Алена Ахмадуллина, вывели на мировой уровень русский стиль и принты, внедрили локальную

эстетику в глобальные тренды, научив мир «говорить по-русски». Москва играет ключевую роль в развитии и поддержке российских брендов, поддерживает их участие в международных проектах. Какие механизмы и инструменты существуют для поддержки культурных инициатив и продвижения дизайнерских брендов? Как российские дизайнеры становятся культурными дипломатами в мире моды?

1. Какую роль играет мода в культурной дипломатии?
2. Как культурные инициативы и проекты города Москвы способствуют поддержке модной индустрии и продвижению российских дизайнерских брендов на мировой арене?
3. Какие бренды и дизайнеры уже добились успеха на мировой арене?
4. Как сохранять уникальность бренда при масштабировании и интеграции в глобальные культурные тренды?
5. Какие существуют конкурентные преимущества у небольших брендов и у крупных модных компаний в контексте мягкой силы?

Спикеры

Алексей Аксёнов

LCLS., Генеральный директор

Модератор

Сергей Краснов

РБК ТВ, Ведущий

Джем Алтан

International Apparel Federation,
Президент

Юлия Далакян

Дом Моды Julia Dalakian,
Дизайнер

Стивен Манзини

Soweto Fashion Week,
Генеральный директор

Ирина Осянина

Остин, Управляющий директор

Махлет Теклемариам

Hub of Africa Fashion Week,
Основатель

Текстильная революция. Инновационные ткани на грани с реальностью

Большой зал, 03/10, 14:00–14:45

Модная индустрия переживает стремительную трансформацию благодаря внедрению передовых технологий в производство тканей, созданных с учетом экологичности и функциональности. В условиях глобальных вызовов — от изменения климата до ресурсных ограничений — модные бренды стремятся к созданию более устойчивых, безопасных и технологичных решений. Сейчас производители экспериментируют с сырьем и процессом его обработки: инновационные ткани способны реагировать на температуру тела, изменять структуру при движении, оставаться экологически чистыми и служить дольше обычных материалов. Интеллектуальные ткани, нанотехнологии, экоматериалы, 3D-технологии – все это меняет повседневную моду от спорта до городского стиля. В этом контексте страны БРИКС укрепляют свои позиции как инновационные центры текстильной индустрии, создавая новые возможности для международного сотрудничества, экспорта и культурного обмена.

1. Какие инновационные тренды становятся драйвером текстильной индустрии?
2. Как текстильные инновации могут поддерживать устойчивое развитие модной индустрии? Какие инновационные ткани уже используются в массовом производстве?
3. Каковы современные тенденции в области функциональных и высокотехнологичных тканей?
4. Какие вызовы и возможности стоят перед дизайнерами и производителями, работающими с новыми материалами?
5. Как может выглядеть сотрудничество между странами БРИКС в сфере текстильных технологий?

Спикеры

Джем Алтан

International Apparel Federation,
Президент

Анна Бикчурова

Эксперт по материалам для
создания одежды,
преподаватель, Fashion Factory
School

Анна Жученко

FINN FLARE, Старший менеджер
производственного отдела

Модератор

Мария Шевченко

3D Couture, Владелец

Тахир Ибрагимов

Tajikistan Fashion Week,
Директор

Кирилл Чижов

SOPPLIFE, Генеральный
директор, Основатель

Рита Чишти

Taanbaan, Автор, исследователь,
предприниматель

Мода вокруг света. Разгадывая код культуры

Большой зал, 03/10, 15:00–16:00

Культурные коды играют ключевую роль в формировании модных тенденций по всему миру, отражая уникальные традиции, символы и ценности каждого региона. В Европе, например, классические элементы, такие как французский шансон, итальянская элегантность и британский панк, продолжают оказывать влияние на коллекции дизайнеров, поддерживая связь с историей и культурным наследием. В Азии традиционные элементы, такие как кимоно в Японии или ханбок в Корее, переосмысливаются в современных контекстах, сочетая древние символы с новейшими технологиями и урбанистическим духом. В Африке и Латинской Америке этнические узоры, текстуры и цвета, связанные с коренными народами, все чаще проникают в глобальные тренды, принося в моду элементы самобытности и культурного разнообразия. В будущем можно ожидать дальнейшей интеграции этих культурных кодов в моду, когда дизайнеры будут активно обращаться к своим корням и сочетать их с глобальными тенденциями, что приведет к созданию более гибридных и многоуровневых модных форматов.

1. Существует ли опасность утраты уникальности локальных культур в условиях глобальных трендов?
2. Как бренды используют культурные коды в своих маркетинговых стратегиях? Насколько эффективно это работает для привлечения аудитории?

3. Станут ли в будущем культурные коды более интегрированными в мировую моду, или же мы увидим усиление локальных и национальных особенностей?
4. Какую роль должны играть дизайнеры и модная индустрия в поддержке и популяризации культурных кодов?

Спикеры

Надежда Абзаева

Абзаева, Основатель, дизайнер

Зарина Ватаева

SofiRaR, Арт-директор,
режиссер, модельер-художник

Рэнди Мадрей

Рэнди Мадрей, Модельер

Натабу Ахуну Мари-Жози

Missnat Bénin, Основатель

Алехандро Медрано

Fashion Week Honduras,
Генеральный директор

Карола Тери

Seychelles Fashion Week,
Генеральный директор и
президент

Модератор

Виктория Джанибемян

Российский Государственный
университет имени А. Н.
Косыгина, Заведующая
кафедрой Искусства костюма и
моды

Метавселенная моды. Из видеоигр на мировой подиум

Большой зал, 03/10, 16:15–17:15

Metaverse стремительно меняет лицо модной индустрии, стирая границы между физическим и цифровым миром. То, что начиналось со скинов в видеоиграх — виртуальной одежды для персонажей, сегодня превратилось в глобальное явление, где ведущие бренды создают коллекции для цифровых подиумов. Fortnite активно сотрудничал с Balenciaga, Marc Jacobs создавали виртуальные коллекции одежды для Animal Crossing: New Horizons, Gucci, например, создал виртуальную выставку и

ограниченную коллекцию аксессуаров, которые можно было приобрести и носить внутри игры Roblox. Видеоигры становятся новой платформой для модных брендов, позволяя им достигать молодой и цифровой аудитории, а игрокам — выражать свою индивидуальность в виртуальном пространстве. Ожидается, что к 2028 году метавселенная в моде вырастет более чем на 12,6 миллиарда долларов. Этот рост поддерживается растущим внедрением виртуальной среды модными брендами, растущий потребительский спрос на персонализированный опыт покупок, а также растущая популярность виртуальных активов, таких как NFT.

1. Как бренды могут адаптировать свои коллекции для цифровых аватаров и виртуальных миров? Какие новые формы самовыражения могут появиться благодаря виртуальной моде?
2. Какие успешные примеры коллабораций брендов в цифровом пространстве уже существуют? Как бренды сотрудничают друг с другом и с технологическими компаниями для создания уникального опыта в метавселенной?
3. Монетизация и бизнес-модели в метавселенной. Какие формы сотрудничества между модными домами и технологическими компаниями наиболее перспективны?
4. Взаимодействие с потребителями и новые формы маркетинга. Как бренды могут использовать метавселенную для создания уникального потребительского опыта?

Спикеры

Алексей Кучма

Опал, Руководитель

Евгения Плотникова

, Медиа продюсер,
основательница ed-сообщества
NFT CONF

Анна Рымарева

Бренд-пилот, Консультант

Модераторы

Анна Дрейнберг

Tomorrow's render Team,
Основатель и генеральный
директор

Алексей Каленчук

Фонд "Сколково", Директор по
цифровым креативным
индустриям

Get Ready with Me с инфлюенсером

Большой зал, 03/10, 17:30–18:15

Блоги о моде и стиле становятся все популярнее среди российской аудитории. Известные инфлюенсеры - Елена Крыгина и Алексей Сухарев поделятся своими

секретами подготовки к показу мод: как принимаются решения о модных трендах и в чем сегодня можно отправиться на показ мод, от выбор макияжа до финального образа в одежде. Сегодня нашумевший формат Get Ready with Me (Собирайся вместе со мной) завоевал сердца людей своим живым форматом с известными инфлюенсерами, которые делятся инсайтами сборов прямо из дома. В отличие от традиционных уроков по макияжу или стилю, GRWM представляет более личный и интерактивный опыт, позволяя зрителям быть частью повседневной рутины и узнать, как звезды готовятся к важным событиям, а также получить вдохновение для собственных модных экспериментов.

1. Каковы текущие и будущие тренды? Как подобрать идеальный образ на показ мод в зависимости от тематики?
2. Как не потерять свою индивидуальность в погоне за трендами?
3. Как выбрать элементы гардероба, которые соответствуют личному бренду?

Спикеры

Елена Крыгина

Krygina Cosmetics, Генеральный директор

Алексей Сухарев

Модный Подкаст, Ведущий

Деловая программа

03/10, Малый зал

Трансформация ретейла. От магазина одежды к культурному пространству

Малый зал, 03/10, 11:30–12:15

В современном ретейле модные магазины становятся не просто местом для покупок, но полноценными центрами культуры и общения, предлагающими уникальный опыт. Ярким примером такого подхода стал флагманский магазин Limé на Кузнецком мосту. Здесь можно не только примерить коллекции, но и насладиться чашечкой кофе в мультифункциональном арт-пространстве. Gucci Garden во Флоренции объединяет моду, искусство и гастрономию. Магазин включает музей, рассказывающий историю бренда, а также ресторан, где шеф-повар Массимо Боттура предлагает блюда, вдохновленные историей Gucci. Nike House of Innovation в Шанхае – флагманский магазин, который предлагает полностью персонализированный шопинг, где покупатель может создать собственный дизайн обуви и одежды. Кроме того, магазин интегрирован с цифровыми технологиями, позволяя использовать приложения для выбора идеальных товаров и получения рекомендаций. Это пример того, как новые технологии могут изменить взаимодействие клиентов с брендом. Подобные флагманы погружают посетителей в уникальную атмосферу бренда, соединяя его наследие с современными тенденциями. Они расширяют привычные границы опыта офлайн-шопинга, приглашая посетителей пережить уникальный опыт.

1. Как меняется роль модных магазинов в эпоху, когда шопинг становится не просто покупкой, а настоящим событием?
2. Какую роль играет архитектура и дизайн магазина в формировании впечатлений клиентов? Можно ли сказать, что инновационные услуги, такие как персонализация и цифровые технологии, более значимы для современных покупателей?
3. Как далеко могут зайти бренды в трансформации своих магазинов в культурные хабы? Какие выгоды и риски это может принести?
4. Как измерять и оценивать успех таких пространств в создании приверженности бренду?
5. Как бренды оценивают рентабельность таких вложений и можно ли считать их успешными инвестициями?

Спикеры

Алсу Кузнецова

№6 By Alsu M., Директор

Светлана Родина

Loom by Rodina, Основатель и дизайнер

Оксана Халина

Fashion Rebels, Исполнительный директор

Модератор

Антон Кочуркин

Проектной группы 8 линий (Архстояние), Основатель

История одного модного дома. Становление большого бренда

Малый зал, 03/10, 14:00–14:45

За каждым успешным модным домом стоит уникальная история, полная вызовов, новаторских решений и смелых идей. Многим именитым дизайнерам пришлось пройти через сложный и многогранный процесс, требующий не только таланта, но и умения преодолевать препятствия, адаптироваться к изменениям рынка и сохранять уникальность на протяжении долгих лет. В этой сессии мы погрузимся в историю создания одного из известных модных домов, чтобы лучше понять, как он превратился из небольшой задумки в международный символ стиля и роскоши. Изучая путь, пройденный основателем, мы откроем для себя ключевые моменты и решения, которые повлияли на становление бренда и его дальнейшее развитие.

1. Какие стратегии позволили бренду сохранить свою уникальность и актуальность на протяжении многих лет?
2. Какие уроки из истории этого модного дома могут быть полезны для современных дизайнеров?
3. Как модные дома адаптируются к новым вызовам и продолжают расти в условиях глобальной конкуренции?

Спикер

Виктория Андреевна

Дом моды Виктории
Андреевны, Генеральный
Директор

Модератор

Юрате Гураускайте

U Magazine, Основатель

Образовательный квест. Обучение, соответствующее ритму модной индустрии

Малый зал, 03/10, 15:00–16:00

Модная индустрия стремительно трансформируется под воздействием новых технологий, а также социальных и экологических трендов. Перед образовательными учреждениями встают важные вызовы: как подготовить специалистов, способных работать на стыке технологий, устойчивого развития и культурных изменений? Разрыв между академическим образованием и реальными потребностями индустрии может привести к дефициту квалифицированных кадров. Сегодня индустрия нуждается в профессионалах, готовых интегрировать новейшие технологические решения с трендами устойчивого развития, создавая креативные и инновационные бизнесы. Современное фэшн-образование включает не только освоение передовых технологий, но и изучение технологии эко-дизайна, концепции культурной идентичности и методов ведения модного бизнеса. Это и есть путь к формированию будущего индустрии.

1. Как специализированные образовательные учреждения адаптируют свои учебные программы в соответствии с изменениями и потребностями модной индустрии?
2. Какие актуальные тенденции должны быть учтены в формировании новых образовательных программ?
3. Как креативный подход и межкультурный обмен помогают подготовить кадры, столь необходимые для будущего модной индустрии?

Спикеры

Антонио Алицци

Rizzola Academy, Научный
руководитель

Антонио Маурицио Гриоли

Pearl Academy India, Декан

Анзор Канкулов

Школа дизайна НИУ ВШЭ,
Руководитель направления
«Мода»

Модератор

Анна Рыкова

O'Stin, Директор по визуалу

Юнган Су

Директор, Офис по
академическим вопросам,
Сычуаньский институт
изобразительных искусств,
Лидер академических
технологий в Чунцине

Кавита Тараги

Университет Читкара,
Заместитель проректора

Не на словах, а на деле. Устойчивая мода и локальные решения

Малый зал, 03/10, 16:15–17:15

Вопрос устойчивого развития модной индустрии в условиях глобальных вызовов является критически важным не только для самой индустрии, но и для общества в целом. Контейнерный кризис (кризис глобальных цепочек поставок) поставил бренды, стремящиеся соблюдать принципы ESG, в сложное положение. В центре модных обсуждений – поиск путей укрепления локальных производственных цепочек, в том числе в странах БРИКС+, продвижение устойчивого производства и повышение роли местных производителей и брендов. Как бренды могут не только соответствовать мировым стандартам качества, но и способствовать развитию местных сообществ, минимизируя экологический след? Эксперты в области моды и ESG обсудят практические решения для повышения устойчивости модной индустрии с акцентом на корпоративное управление, этическое производство и инновации в цепочках поставок.

1. Какие меры корпоративного управления могут способствовать внедрению устойчивых практик в модной индустрии и повысить прозрачность цепочек поставок?
2. Как бренды могут эффективно интегрировать местные ремесленные навыки и использовать локальные материалы в своих коллекциях, укрепляя локальные производственные цепочки?

3. Какие успешные примеры сотрудничества между глобальными брендами и локальными производителями из мировой практики могут быть применены в странах БРИКС+ для продвижения устойчивого развития?

Спикеры

Мари-Франс Идикайи

Congo Fashion Week,
Основатель

Брайан Джеймс Кихиндас

Kenya Fashion Council/Nairobi
Fashion Week, Директор

Дульсе Мария Мартинес де ла Роса

Fabrica Social, Креативный
директор

Халима Хадир

Вице-президент, Тунисская
ассоциация моды, Генеральный
директор SAFIRA MILANO

Модератор

Лучана Дуарте

Amazonia Design, Кандидат
технических наук, научный
сотрудник

Деловая программа

03/10, Открытый зал

Важное дополнение. Как создать успешный бренд обуви и аксессуаров

Открытый зал, 03/10, 11:00–12:30

Дискуссия о ключевых аспектах создания успешного бренда обуви и аксессуаров

- Создание продуктов, которые одновременно отражают уникальный стиль и соответствуют практическим потребностям потребителей
- Развитие сильной идентичности бренда в условиях высокой конкуренции и насыщенности рынка
- Инновации в материалах и технологиях
- Влияние устойчивого производства на развитие современных брендов
- Эффективная работа с целевой аудиторией и формирование лояльности к бренду

Дизайнеры сталкиваются со множеством вызовов, включая необходимость нахождения баланса между эстетикой и функциональностью, выбором качественных материалов, устойчивым производством, а также адаптацией к меняющимся потребительским предпочтениям и трендам.

Спикеры

Александра Ганкевич

дуэт.бай.ми, Креативный директор

Карина Диаз Варгас

Costa Rica Fashion Week Forever Green, Генеральный директор

Олеся Журавлева

Big Brooch, Основатель

Станислав Зимин

Trendsite / MSU Fashion, Тренд-аналитик

Вера Прокина

Perfer, Основатель

Мария Терпстра

TWO EAGLES, Соучредитель

Кирилл Чижов

SOPPLIFE, Генеральный

директор, Основатель

Модератор

Галина Кравченко

, Эксперт по управлению fashion

ассортиментом, бизнес-

консультант

Искусство футуризма. Как будут одеваться люди будущего

Открытый зал, 03/10, 13:45–14:45

В мире будущего мода станет не просто способом самовыражения, а полноценной технологической экосистемой. Одежда будет интегрироваться с телом, адаптируясь к настроению и потребностям пользователей. Примеры таких инноваций – платья, меняющие цвет в зависимости от эмоций, или костюмы, напечатанные на 3D-принтере, которые подстраиваются под изменения фигуры. Эти технологии поднимают важный вопрос: как далеко сможет пойти мода в стремлении объединить стиль, функциональность и технологии? Удастся ли сохранить баланс между инновациями и индивидуальностью? Как будут одеваться люди будущего?

1. Какие технологии будут доминировать в моде будущего, и как они изменят нашу повседневную одежду?
2. Как культура и искусство будут влиять на создание новых модных тенденций в будущем?
3. Какими будут дизайнерские решения для одежды в мире виртуальной реальности и метавселенных?

Спикеры

Лучана Дуарте

Amazonia Design, Кандидат

технических наук, научный

сотрудник

Анастасия Костюнина

WE.REFIBER, Генеральный директор

Фернанда Невес

Mozambique Fashion Week, Основатель

Настасья Некрасова

Зд дизайнер одежды,

Валерия Титова

SXEMA, Нейрохудожница

Модератор

Дарья Фокина

Студия Искусственного Интеллекта FOKINA.AI, CEO

Звезда родилась. Тернистый путь дизайнера

Открытый зал, 03/10, 15:00–16:00

Мир моды полон блеска и гламура, но за этим фасадом скрываются суровые реалии, с которыми должен столкнуться каждый дизайнер, чтобы прийти к своей мечте. На пути к признанию и успеху от молодых и амбициозных дизайнеров требуется не только творческий талант, но и сила воли, упорство и умение преодолевать многочисленные вызовы: конкуренция, финансовые сложности, поиск уникального голоса и поддержание баланса между креативностью и коммерческой жизнеспособностью. В рамках сессии эксперты обсудят, что на самом деле стоит за успехом в моде и как начинающим дизайнерам построить устойчивый бренд, который выдержит испытание временем.

1. Конкуренция и признание. Как молодым дизайнерам выделиться в перенасыщенном рынке моды?
2. Финансовые барьеры. Как справляться с высокими затратами на производство и маркетинг, особенно в начале пути?
3. Поиск уникальности. Как найти и развить свой неповторимый стиль, который будет узнаваем и востребован?
4. Баланс между креативностью и бизнесом. Как сохранить творческую свободу, не потеряв при этом коммерческую привлекательность?

Спикеры

Александра Гапанович

Гапанович, Дизайнер и
основатель бренда

Ксения Князева

Ксения Князева, Руководитель &
дизайнер

Ксения Кудряшова

ВИТТЕ_RUHE, Основатель

Камила Ортега

Nicaragua Diseña, Генеральный
директор

Сергей Сысоев

СЕРГЕЙ СЫСОЕВ, Дизайнер

Норма Жаклин Эбанкс

Norma Ebanks Designs,
Генеральный директор

Инклюзивный шик. Отразить всех и каждого

Открытый зал, 03/10, 16:15–17:15

Мода традиционно ассоциируется с узкими стандартами красоты, которые задают потребителю определенные рамки и ожидания. Десятилетиями идеальные модели украшают журнальные развороты и рекламные баннеры, что выглядит приближенным скорее к идеальному, чем реалистичному. Однако в наше время покупатели хотят видеть в рекламных кампаниях себя и себе подобных. На фоне возросшего общественного внимания к дискриминации и недопредставленности в индустрии моды тема инклюзивности в фешен-индустрии становится все более актуальной. Модные бренды осознают необходимость применения подхода «мода для всех», что подразумевает включение в свою целевую аудиторию покупателей различных размеров, возрастов, национальностей и способностей. Но с расширением ассортимента и ростом продаж производители сталкиваются с новыми производственными вызовами, требующими внедрения инновационных решений.

1. Как изменились стандарты красоты и почему важно их расширение?

2. Как эти изменения влияют на рынок и потребительское поведение?
3. Какие шаги предпринимаются для того, чтобы мода стала доступной для всех? Роль брендов в формировании инклюзивного подхода к моде.
4. Какова роль социальных сетей и инфлюенсеров в продвижении инклюзивности в моде?
5. Какие шаги могут предпринять малые и крупные бренды для повышения инклюзивности в своей продукции и маркетинге?
6. Как современные технологии способствуют развитию инклюзивной моды?

Спикеры

Николь Бесс

Noir Fashion Week, Основатель

Станислав Вараксин

ТЕКСПОЛИМЕР, Генеральный директор

Вероника Левенец

НКО «Бесконечные возможности», Руководитель

Наталья Малько

Инклюзивная мода, Руководитель

Анна Черных

Британская высшая школа дизайна, Куратор программы «Дизайн одежды»

Присцилла Чигариро

Zimbabwe Fashion Week, Основатель

Модератор

Галина Волкова

, Член Женского делового Альянса стран БРИКС, д.э.н.

Деловая программа

04/10, Большой зал

Творческий капитал. Роль креативных индустрий в экономическом развитии

Большой зал, 04/10, 11:00–11:45

Особенность креативного капитала заключается в том, что он объединяет технологий, креативность и предпринимательство. Креативные индустрии создают уникальные продукты и предоставляют услуги, которые стимулируют развитие территории. Новые точки экономического роста и притяжения возникают там, где есть потенциал развития и процветания как традиционных, так и современных отраслей креативной экономики. Если созданы благоприятные условия, то креативные индустрии становятся не только бустерами экономического развития, но и играют особую роль в укреплении идентичности территории.

1. Роль креативных индустрий в экономическом развитии – как креативные индустрии способствуют экономическому росту и устойчивому развитию? Где уже наблюдается значительный экономический рост благодаря поддержке и развитию креативных индустрий?
2. Как привлекать талантливых специалистов и инвесторов в креативные индустрии?
3. Будущее креативных индустрий – какие тенденции и направления определяют и будут определять дальнейшее развитие креативных индустрий?

Спикеры

Марина Банович

Вице-президент Montenegro
Fashion week, Модельер, Marina
Banovic Couture

Камила Ортега

Nicaragua Diseña, Генеральный
директор

Умит Темурчин

Основатель UT Projects & PR,
Журналист Aksam Newspaper

Анна Уварова

Универмаг ФАБРИКА,
Руководитель

Модератор

Ксения Катышева

BHSAD, куратор программы
Дизайн Одежды и Текстиля

От фабрики до подиума. Промышленность в тренде

Большой зал, 04/10, 12:00–13:30

В свете глобальных экономических изменений и усиления тренда на технологический суверенитет, локальные модные бренды попадают в фокус внимания как со стороны покупателей, увеличивая объемы продаж, так и со стороны государства, стремящегося поддержать отечественного производителя. Однако, импорт продолжает сохранять значительную долю рынка, удовлетворяя спрос со стороны потребителей на диверсифицированный ассортиментный портфель, который способны обеспечить глобальные бренды. С другой стороны, наличие в коллекции уникального культурного кода, носителем которого являются локальные дизайнеры, становится все более весомым конкурентным преимуществом, предопределяющим коммерческий успех новой коллекции. Что победит в глобальной конкуренции за сердца потребителей – универсальная актуальность глобальных брендов или национальная уникальность, обладателем которой являются дизайнеры стран БРИКС+?

1. Как изменения, произошедшие в последние годы, повлияли на рынки и какие меры необходимы для дальнейшей поддержки и развития локальных брендов? Есть ли шанс на появление новых единорогов в сфере фешен?
2. Влияние импорта на внутренние рынки, как развивать многостороннее сотрудничество со странами БРИКС+?
3. Как государство должно поддерживать народные художественные промыслы для развития актуального направления коллаборации классических решений и культурных кодов с творчеством современных дизайнеров?
4. Внедрение каких новых технологий в производство способно вывести национальную легкую промышленность на новый уровень?
5. Какие инициативы по обучению и переподготовке кадров помогут стимулированию занятости в отрасли?

б. Какие конкретные шаги необходимо применить по дальнейшему развитию отечественной легкой промышленности и укреплению ее позиций на международной арене?

Спикеры

Мубашар Насир Батт

Pakistan Readymade Garments
Manufacturers and Exporters
Association, Председатель

Александра Калошина

Солстудио Текстайл Групп,
Основатель

Сладана Милошевич

Fashion apparel cluster of Serbia,
Директор

Алексей Романенко

Консалтинговая компания НЭО,
Управляющий партнер

Акашдеп Сингх

Индийский деловой совет,
Президент

Модератор

Татьяна Наумова

НТВ, Руководитель проектов

Искусственный интеллект как актив. Инвестиции в креативные индустрии

Большой зал, 04/10, 13:45–14:30

Креативная экономика, основанная на творческих идеях и силе бренда, формирует новую парадигму в мире бизнеса. Оцифровав с помощью нейросети весь опыт человечества в создании модных образов, новых форм и фактур, искусственный интеллект предлагает творцу руку помощи в самом главном – создании идеи, сокращая время от задумки до создания законченного произведения и вывода на рынок готовой коллекции. Но как привлечь инвестиции, если из активов у компании нет ничего, кроме креатива и бренда? Дискуссия погрузит участников в мир бизнес-связей креативных индустрий и моды, где уникальные идеи и талант авторов становятся активом, а умные

деньги – креативным капиталом.

Спикеры

Юлия Елина

Дизайн студия Щёлочь, ИИ
художник

Константин Соболев

Института AIRI, Руководитель
научной группы "Video
Generative AI" лаборатории
FusionBrain Института AIRI

Карола Тери

Seychelles Fashion Week,
Генеральный директор и
президент

Максим Федюков

Тексел, Генеральный директор

Пабло Юста

AI Consortivm, Генеральный
директор

Модератор

Анастасия Мельникова

РЭУ им. Г. В. Плеханова,
Преподаватель кафедры
предпринимательства и
логистики

Круговорот моды. От создания до ресейла

Большой зал, 04/10, 14:45–15:45

«Круговорот» приобретает особое значение в мире моды. Устойчивая мода – сложная и многослойная экосистема. Круговорот моды охватывает все стадии жизненного цикла одежды – от дизайна и производства до ресейла и повторного использования. В условиях стремительного роста интереса к экологической и социальной ответственности брендов, вопросы эффективного управления ресурсами и минимизации отходов становятся первостепенными. Например, циркулярная экономика и концепция «мода без отходов» (zero waste fashion) позволяют производителям минимизировать излишки и отходы. Бренды, такие как Patagonia и Stella McCartney, – одни из лидеров. Кроме того, ренессанс рынка ресейла, который вырос на 39% в 2023 году, подчеркивает значимость

самого вторичного рынка и его влияния на экологичность всей модной индустрии.

1. Как бренды модной индустрии могут эффективно интегрировать принципы устойчивого дизайна и циркулярной экономики в процессы создания и производства одежды?
2. Какие инновационные технологии и методы переработки текстиля применяются на практике и как они влияют на экономическую модель фэшн-индустрии?
3. Как развивающийся рынок ресейла влияет на поведение потребителей на рынке в целом, на долгосрочные тренды?

Спикеры

Рик Андерсон

Mauritius Fashion Festival/Week,
Директор

Дипти Гупта

Индийский технологический
институт Дели, Профессор

Никита Захаров

Авито, Руководитель по
развитию бизнеса Fashion
Lifestyle

Аджай Вир Сингх

CFW, Управляющий директор

Варвара Хрусталева

Charity Shop, Директор по
развитию

Модератор

Ирина Леонова

Биотекс, Генеральный директор

Попасть в индустрию. Кадры и компетенции модного мира

Большой зал, 04/10, 16:00–17:00

Нехватка квалифицированных специалистов – острая проблема для компаний в fashion-индустрии и создателей модных брендов. Рынок находится на этапе бурного роста, где «отсутствие целевых кадров» — синоним «финансовых потерь». Сегодня бренды борются как за долю на рынке, так и за грамотных специалистов, ведь в условиях быстрой

трансформации отрасли, вызванной цифровизацией и изменением потребительских предпочтений, требования к кадрам значительно возросли. Соответственно, возникает необходимость не только в поиске талантов, но и в постоянном обучении и переподготовке специалистов. Важно понимать, какие компетенции станут ключевыми в ближайшем будущем и как брендам адаптировать свои кадровые стратегии под эти изменения.

1. Как привлечь и удержать талантливых специалистов в условиях высокой конкуренции на рынке труда?
2. Какие вызовы стоят перед образовательными учреждениями, готовящими кадры для модной индустрии?
3. Каких специалистов не хватает фешен-рынку сегодня?
4. Как изменения в потребительских предпочтениях и технологиях влияют на требования к кадрам в моде?

Спикеры

Анзор Канкулов

Школа дизайна НИУ ВШЭ,
Руководитель направления
«Мода»

Келли Катрон

People's Revolution, Продюсер
Модного Шоу

Грегг Марагелис

Кейптаунский колледж дизайна
одежды, Директор

Ольга Михайловская

ТГ канал @frontfashion,
Основатель

Мадонна Мур

, Журналист и медиа менеджер

Анна Якимова

, Фэшн-аналитик, независимый
эксперт

Модератор

Виктория Ромашова

Британская Высшая Школа
Дизайна, Руководитель
факультета «Мода и стиль»,
Куратор программы «Стратегия
продвижения бренда»

Деловая программа

04/10, Малый зал

Облачный гардероб. Примеряя «нереальное»

Малый зал, 04/10, 11:00–11:45

Облачные технологии и искусственный интеллект кардинально меняют индустрию моды. Виртуальные примерочные и технологии дополненной реальности внедряются с беспрецедентной скоростью, что, по данным исследований компании 3DLOOK, позволяет снизить количество возвратов до 36%. Это повышает удовлетворенность клиентов и уменьшает негативное воздействие на окружающую среду за счет оптимизации логистических цепочек. Более того, предиктивная аналитика на базе облачных технологий и ИИ помогает компаниям точнее прогнозировать потребительские предпочтения и переходить к гиперперсонализации. Эти инновации формируют будущее моды, где творчество и технологии сливаются, расширяя границы стиля.

1. Как облачные технологии и ИИ улучшают потребительский опыт и способствуют устойчивому развитию модной индустрии?
2. Какие этические вызовы возникают при внедрении облачных технологий и ИИ? Как сделать облачный гардероб безопасным, соблюдая конфиденциальность данных?
3. Как облачные технологии повышают эффективность и экологичность модной индустрии?

Спикеры

Серхио Пуч

Mediterranea Fashion Week,
Директор

Одри Тайе

Fashion Expert, Директор по
связям с модой и брендами

Максим Федюков

Тексел, Генеральный директор

Модератор

Иван Будник

Гулливёр Групп, Директор по
электронной коммерции и
цифровой трансформации

Инвестиционный план. Где найти деньги на создание нового модного дома

Малый зал, 04/10, 13:45–14:30

Создание нового модного бренда требует значительных денежных вложений, от разработки коллекции, покупки сырья и оборудования до маркетинга и продвижения. Но многие молодые дизайнеры сталкиваются с проблемой ограниченного доступа к финансовым ресурсам. Сегодня существует множество источников финансирования начинающего модного бизнеса: банковские кредиты, гранты, венчурный капитал, краудфандинг. Важно помнить про наиболее инвестиционно развивающуюся технологию блокчейна, которая уже активно проникла в фешен-индустрию и трансформирует ее, помогая выстраивать и отслеживать цепочки поставок, бороться с модными подделками. Все финансовые инструменты имеют преимущества и недостатки. Понимание того, какие возможности наиболее подходят для бренда и как правильно подготовить инвестиционный план, может стать ключом к успешному запуску и развитию бизнеса.

1. Кто в настоящее время финансирует новые модные бренды?
2. Каковы преимущества и риски привлечения венчурного капитала для модного стартапа?
3. Какие стратегии могут помочь получить гранты и государственную поддержку для старта модного бренда?
4. Какие успешные примеры финансирования молодых брендов могут служить ориентиром для начинающих дизайнеров?
5. В чем особенность использования блокчейн-инструментов в фешен-индустрии? Какие преимущества могут выделить для себя производители одежды?

Спикеры

Крейг Аренд

altamiranyc, Собственник

Владислав Иванов

Слип Трикотаж, Генеральный директор

Илья Кобяков

Тилтех капитал, Управляющий партнер

Пабло Томе

Asuncion Fashion Week,
Основатель и директор

Модератор

Рената Джордж

iZBA, Управляющий партнёр

Поколение Next. Новые флагманы модного рынка

Малый зал, 04/10, 14:45–15:45

В российской модной индустрии происходит заметная смена ключевых игроков, и на сцену выходят молодые, амбициозные бренды, которые бросают вызов устоявшимся лидерам. Эти новые игроки не только привлекают внимание своей оригинальностью и свежестью взглядов, но и меняют правила игры, используя нестандартные подходы к ведению бизнеса. В эпоху цифровизации и глобализации они активно осваивают онлайн-пространство, экспериментируют с устойчивой модой, создают капсульные коллекции и привлекают аудиторию через социальные сети и коллаборации с артистами и инфлюенсерами. Такая динамика показывает, что будущее российской моды в руках тех, кто не боится рисковать и идти против течения, предлагая потребителям новые способы самовыражения и стиль, который не подчиняется традициям.

1. Кто командует молодым модным парадом сейчас и кто возглавит список через год?
2. В чем секрет их успеха? Чем удивляют и привлекают эти бренды?
3. Роль социальных сетей и digital-платформ. Какие оригинальные digital-приемы и инструменты маркетинга выделяют новичков на фоне старожилов рынка?
4. Как изменяются потребительские предпочтения среди молодежи и миллениалов?
5. Какие альтернативные каналы дистрибуции (pop-up-магазины, онлайн-платформы, direct-to-consumer) оказываются наиболее эффективными для начинающих дизайнеров?
6. Как растущая популярность локальных брендов влияет на восприятие российских модных продуктов за рубежом?

Спикеры

Алексей Баженов

Институт развития индустрии
моды Veinopen, Основатель

Манджулакшми Бхаратан

AADIMA, Дизайнер, основатель
компании

Антон Горбашов

Ламода, Руководитель отдела по
закупкам категории товаров
спорт для онлайн канала

Сергей Крымлов

PARTOFOYOU, Основатель

Ксения Кудряшова

BITTE_RUHE, Основатель

Акмаль Саидханов

МОСМО, Генеральный директор
и соучредитель онлайн-
универмага локальных брендов
одежды

Темезия Туикаумиа

Fiji Fashion Week, Директор

Модератор

Дания Ткачева

Агентство по росту продаж и
стратегии развития для fashion-
брендов Династия, Основатель

По шоурумам. Закулисье модного бизнеса

Малый зал, 04/10, 16:00–16:45

За последние несколько лет модная индустрия в России совершила гигантский рывок в развитии. На локальном рынке появилось множество брендов разных ценовых сегментов и направлений: от премиума до люкса, от женской и детской одежды до аксессуаров, украшений и обуви. Одни желают раскрыть свой творческий потенциал и заниматься тем, к чему лежит душа. Другие же запускают марки, так как видят незаполненные ниши на локальном рынке, а вместе с ними возможность построить и развить успешный бизнес. Во время сессии представители модных брендов поделятся опытом о том, как создаются бренды, коллекции одежды, как открывать шоурумы, чем вдохновляются дизайнеры и с чего начинаются концепции.

Спикеры

Анна Дрейнберг

Tomorrow's render Team,
Основатель и генеральный
директор

Модератор

Александр Червов

Агентство ЛЕС, Владелец

Олеся Журавлева

Big Brooch, Основатель

Николай Константинов

Trend Island, Генеральный
директор

Ольга Лефферс

LEFFERS, Идеолог и дизайнер
собственного бренда одежды

Вадим Шатунов

SHATU 1997, Стратегический
маркетолог

Серия TED-выступлений

Малый зал, 04/10, 17:00–17:45

17:00-17:15 Тема: Как криптовалюта может сыграть роль в финансировании моды

Спикер: Крейг Аренд, Собственник, Altamiranyc

17:15 - 17:30 Тема: Неуспешный успех. История развития одного стартапа

Спикер: Кирилл Чижов, Основатель, Генеральный директор, CorpLife

Спикеры

Крейг Аренд

altamiranyc, Собственник

Кирилл Чижов

CORPLIFE, Генеральный
директор, Основатель

Деловая программа

04/10, Открытый зал

Модные переплетения. Мода как инструмент культурного диалога

Открытый зал, 04/10, 11:00–11:45

Мода — это не только одежда, но и мощный инструмент культурного диалога. Современные дизайнеры вплетают элементы различных культур в свои коллекции, создавая уникальные и вдохновляющие образы. Восточные мотивы гармонично сочетаются с западными силуэтами, а традиционные элементы коренных народов переосмысливаются через призму высоких технологий и инноваций. Например, Gucci и Natori объединяют элементы китайской вышивки с классическим итальянским стилем, а Balenciaga адаптирует элементы традиционного африканского текстиля. Но как сохранить подлинность культурного наследия, избегая его коммерциализации и превращения в мейнстримную «экзотику»?

1. Как дизайнеры могут уважительно и осмысленно заимствовать элементы из разных культур, не нарушая их подлинного значения?
2. Какие примеры успешного культурного взаимодействия в моде можно считать образцовыми?
3. Как дизайнеры могут создавать новые тренды в моде, выражая при этом уважение и сохраняя культурные традиции?

Спикеры

Инна Апенко

TOO Global Nomads, Директор

Виктория Генералова

General VI, Главный дизайнер

Доусон Дау Амол Денг

South Sudan Fashion Week,
Сооснователь и
исполнительный директор

Юлия Еремеева

berega, Дизайнер

Кристина Колпакова

Россия Шьет, Основатель

Мартина Муссонго

Miss Boss Fashion & Cameroon Fashion Week, Ведущий британский модельер, генеральный директор и основатель

Нямцэцэг Нямжав

Институт дизайна одежды
Urlakh Erdem, Дизайнер, доцент

Модератор

Нана Тамакло

Основатель и генеральный директор Accra Fashion Week, Основатель и генеральный директор FashionGHANA.com

Кликом единым. Тренды развития мобильных приложений

Открытый зал, 04/10, 13:45–14:30

С каждым годом все больше пользователей предпочитают делать покупки через смартфоны. Как следствие бизнес активно адаптирует свои сайты под мобильные устройства, а приложения становятся неотъемлемой частью российского модного рынка, кардинально изменяя способы взаимодействия брендов с потребителями. Внедряются функции для соцсетей, такие как возможность делиться покупками, участвовать в челленджах, получать лайки и комментарии от других пользователей. Это делает приложение более интерактивным и создает сообщество вокруг бренда. Большое внимание уделяется упрощению интерфейсов и улучшению общего пользовательского опыта. Бренды стремятся создавать приложения с интуитивно понятным интерфейсом, быстрой загрузкой страниц и минималистичным дизайном, чтобы удерживать внимание пользователей и стимулировать их к частому взаимодействию с приложением. В рамках дискуссии с ключевыми экспертами отрасли мы обсудим, как новые технологии и инновационные подходы трансформируют пользовательский опыт и влияют на будущее моды в России.

1. Как сделать приложение, которым будут пользоваться люди?
2. Какие изменения в поведении потребителей учесть в приложении для электронной коммерции в 2025 году?

3. Фокус на развитии «вечнозеленых» трендов — безопасность, интуитивность и персонализация. Остаются ли они актуальными до сих пор?

Спикеры

Ринку Гош

The Indian Express, Старший помощник редактора

Павел Щедухин

Озон, Руководитель разработки мобильных приложений

Модератор

Андрей Смирнов

X5 Tech, Руководитель клиентской разработки

Без секретов. Ноу-хау в дизайне

Открытый зал, 04/10, 14:45–15:45

Мир моды в 2024 году переживает революцию благодаря инновационным технологиям, которые меняют не только процесс создания одежды и аксессуаров, но и саму суть моды. Дизайнеры интегрируют в создание коллекций передовые технологии, такие как искусственный интеллект и 3D-печать, что позволяет ускорять процессы, улучшать функциональность и снижать количество отходов. ИИ позволяет предугадывать тренды, анализировать рынок, генерировать дизайн на основе глубокого понимания форм и текстур. Это не просто модные слова – такие решения уже применяются ведущими брендами, что позволяет создавать не только красивые, но и функциональные продукты.

1. Как ИИ и другие современные технологии трансформируют традиционные методы создания коллекций? Какое они имеют значение для будущего индустрии?
2. Какие ноу-хау пока еще остаются нераскрытыми для большинства брендов? Являются ли они источниками конкурентного преимущества?
3. Как дизайнеры могут найти баланс между инновациями и сохранением уникальных черт ручного мастерства в эпоху цифровых решений?

Спикеры

Арзу Бабаева

Azerbaijan Fashion Week, PR директор

Луизиана Маиска Каборе

Ouaga Fashion Week, Директор

Грегг Марагелис

Кейптаунский колледж дизайна
одежды, Директор

Сантьяго Ромеро

Jorge Tadeo Lozano University,
Доцент

Цзянь Чунь Чжоу

WuJiang Shengwei bauhinia
Textile Co , Генеральный
директор

Модератор

Розмари Турман

Тренд-аналитик, How Fashion
Works , Лектор и куратор
образовательных программ,
Британская Высшая Школа
Дизайна

Обмен опытом БРИКС+. Модный экспорт без границ

Открытый зал, 04/10, 16:00–16:45

Экспорт модной продукции и обмен опытом между дизайнерами, производителями и ритейлерами из стран БРИКС+ уже давно стали мощными инструментами для укрепления культурных связей и продвижения креативных индустрий на мировой рынок. В условиях глобализации индустрия моды приобретает новые формы и значения, выходя за рамки национальных границ и открывая широкие перспективы для международного сотрудничества. Страны БРИКС+ объединяют усилия для создания единой платформы модного экспорта, используя свои уникальные традиции, инновации и ресурсы.

1. Каковы перспективы совместного продвижения модных брендов стран БРИКС+ на мировом рынке?
2. Какие барьеры существуют на пути экспорта модной продукции и как их преодолеть?
3. Как обмен опытом и технологиями может способствовать развитию индустрии моды в странах блока?
4. Какие инструменты и стратегии могут усилить взаимодействие модных бизнесов и дизайнеров стран БРИКС+?

Спикеры

Эммантла Санколоба

Botswana Exporters and
Manufacturers Association,
Генеральный директор

Раман Датта

Brands & Sourcing Leaders
Association BSL, Основатель и
генеральный секретарь

Навель Неджари

Alger fashion week, Основатель,
директор

Нана Тамакло

Основатель и генеральный
директор Accra Fashion Week,
Основатель и генеральный
директор FashionGHANA.com

Алена Чипура

BÜRO UNIQUE, Основатель
бренда, дизайнер

Модератор

Ани Оганесян

Руководитель проекта
венчурной студии UDT/X,
Hop.Agency

От концепции к коллекции. Чек-лист для старта модного бренда

Открытый зал, 04/10, 17:00–18:00

Многие молодые дизайнеры сталкиваются с проблемами на разных этапах создания бренда: от поиска уникальной идеи и выбора материалов до управления производством и продвижения продукта. Без четкого плана и понимания рынка легко упустить важные детали, что может привести к финансовым потерям и провалу на самом старте проекта. Поэтому каждый этап этого процесса требует тщательной проработки и стратегического подхода. В рамках сессии эксперты обсудят, как превратить креативную концепцию в успешную коллекцию, способную завоевать рынок, и предложат практический чек-лист для запуска модного бренда.

1. С чего начать создание модного бренда и как правильно разработать концепцию коллекции?
2. Какие ключевые этапы необходимо включить в план запуска бренда, чтобы минимизировать риски?

3. Какие маркетинговые стратегии наиболее эффективны для вывода новой коллекции на рынок?
4. Как определить целевую аудиторию и настроить каналы сбыта?
5. Какие ошибки чаще всего совершают начинающие дизайнеры и как их избежать?

Спикеры

Рейнье Абелло

SPECTRUM КН; ARMADA BY ABELLO, Исполнительный продюсер; Креативный директор

Марина Дэмченко

Журнал «МЫ», Главный редактор

Джойси Медерик

Saint Lucia Fashion Council, Президент

Андрей Стор

Креативный Ход, Основатель

Анна Черных

Британская высшая школа дизайна, Куратор программы «Дизайн одежды»

Присцилла Чигариро

Zimbabwe Fashion Week, Основатель

Модератор

Татьяна Белькевич

РАФИ, Президент

Деловая программа

05/10, Большой зал

Мягкое приземление. Подружиться с российским покупателем

Большой зал, 05/10, 11:00–11:45

Сегодня для иностранных модных брендов ключевым аспектом является разработка стратегии «мягкого приземления» — постепенной и эффективной адаптации к российскому культурному коду. Российский рынок моды, с его уникальными традициями и растущим спросом на качественную и инновационную продукцию, представляет собой перспективное направление для международных брендов. Стратегия «приземления» требует учета региональных особенностей и адаптации предложений под разные сегменты потребителей.

1. Какие стратегии помогут международным брендам адаптировать свои продукты и маркетинг под российскую аудиторию, сохраняя при этом свою идентичность?
2. Как выявить и учесть специфические стилистические предпочтения российских потребителей? Какие культурные нюансы следует учитывать при продвижении модной продукции?
3. Какие подходы к сотрудничеству с российскими ретейлерами и дизайнерами окажутся наиболее продуктивными? Как найти и установить долгосрочные партнерские отношения?

Спикеры

Мубашар Насир Батт

Pakistan Readymade Garments
Manufacturers and Exporters
Association, Председатель

Максим Ганисевский

ZNWR, Основатель и
генеральный директор

Олег Климов

Ассоциация «Национальный
Совет Торговых Центров»,
Президент

Мария Терпстра

TWO EAGLES, Соучредитель

Али Харизма

Indonesian Fashion Chamber,
Директор мероприятий и
дизайнер

Модератор

Андрей Шкеть

Сколтех, Директор Фонда
целевого капитала

Культурные апроприации как прием. Особенности использования и проблемы рецепции

Большой зал, 05/10, 12:00–13:15

В модной индустрии существует тонкая грань между культурным заимствованием и культурной апроприацией. Дизайнеры по всему миру часто заимствуют элементы из различных культур, что порой вызывает споры о том, что является подлинным уважением, а что – чистой коммерциализацией. Примеры неудачных заимствований включают использование традиционных головных уборов коренных американцев на фестивалях и скандал вокруг коллекции Louis Vuitton с использованием куфии. Как брендам и модным домам уважительно взаимодействовать с культурным наследием? Какие шаги они должны предпринимать, чтобы избежать превращения значимых символов в тренды, лишённые смысла?

1. Где проходит граница между культурным заимствованием и культурной апроприацией в современной моде?
2. Как бренды могут интегрировать элементы различных культур, сохраняя их подлинное значение?
3. Существует ли идеальная модель сотрудничества между дизайнерами и носителями культурных традиций?

Спикеры

Брайан Ахумуза

Abryanz Style & Fashion Awards
Africa, Предприниматель в
сфере моды

Махди Галенови

Иранский фонд общественной
дипломатии, Председатель
правления и генеральный
директор

Янина Гончарова

Основатель Belarus Fashion
Week, Художественный
руководитель Белорусской
палаты моды

Мфо Моготси

BRICS Africa Fashion Week,
Директор

Сома Нджие

Fashion Weekend Gambia,
Директор

Ширен Рафай

Основатель и генеральный
директор Jordan Fashion Week,
Предприниматель в области
моды и консультант по
вопросам роскоши,
генеральный директор Shirene
Consulting

Зайнаб Сайдулаева

Measure, Главный дизайнер и
генеральный директор

Цепанг Дэвид Теба

Lesotho Fashion Week,
Координатор и руководитель
отдела стратегических
партнерств

Темезия Туикаумиа

Fiji Fashion Week, Директор

Модератор

Смита Рой

The Telegraph, Старший редактор

Иконы стиля. Как работает маркетинг влияния

Большой зал, 05/10, 13:45–14:45

Маркетинг модных инфлюенсеров — один из самых быстрорастущих сегментов рынка, который уже достиг миллиардных оборотов. Фешен-блогеры, благодаря своей аутентичности и близости к аудитории, успешно конкурируют с традиционными рекламными каналами. Они могут давать охваты, работать на узнаваемость, формировать выверенное восприятие у тех, кто уже знаком с брендом, а также «продавать» продукты и услуги. В рамках сессии спикеры обсудят, как именно работает инфлюенс-маркетинг и насколько мощным инструментом может быть этот механизм.

1. Как бренды выбирают своих «лиц» и какие стратегии наиболее эффективны в использовании влияния икон стиля?
2. Меняется ли институт инфлюенсинга?
3. Какие форматы контента будут наиболее эффективны в ближайшем будущем?

Спикеры

Бедиз Йилдырым

Bediz Co. & Istanbul Fashion Academy, Основатель и преподаватель

Екатерина Ким

, Фэшн-инфлюенсер

Владислав Кулдошин

Маркетинговое агентство Savoir.F, Бренд-директор, основатель

Елена Смирнова

БЛСВ, Руководитель отдела
маркетинга

Модератор

Малика Мадаева

Ноу Нейм, Партнёр

Алина Фархутдинова

Агентство по работе с
блогерами, Основатель

Артефакт истории. Ремесленные процессы в мире моды

Большой зал, 05/10, 15:00–16:15

Вопреки массовому производству, ремесленное мастерство сохраняет традиции и техники, передаваемые из поколения в поколение, что позволяет создавать предметы с неповторимым характером и высокой эстетической ценностью. Эти процессы требуют не только технического мастерства, но и глубокого понимания материалов, истории и культурных контекстов, что позволяет моде служить выражением индивидуальности и культурной идентичности. В современном мире, где мода часто становится предметом быстрой смены трендов, ремесленные подходы напоминают о важности медленного, осмысленного производства и ценности ручного труда, который остается актуальным на протяжении веков.

1. Как международное распространение модных брендов влияет на уникальные ремесленные традиции различных культур и как можно поддерживать и адаптировать их в условиях глобального рынка?
2. Может ли ремесленное мастерство стать ответом на кризис перепроизводства в модной индустрии?
3. Какие современные дизайнеры или бренды наиболее успешно интегрируют ремесленные процессы в свои коллекции?
4. Каким образом современные технологии, такие как 3D-печать, виртуальная реальность или искусственный интеллект, могут способствовать развитию ремесленного производства, сохраняя при этом его уникальность и традиции?

Спикеры

Рейнье Абелло

SPECTRUM KИ; ARMADA BY ABELLO, Исполнительный продюсер; Креативный директор

Джей Айшак

Malaysian Official Designers' Association (MODA), Президент

Светлана Богова

Иовановска

Fashion Weekend Skopje, Директор

Мариам Бокум

Mariah Wosoum Couture, Основатель

Нурзат Жээнбек кызы

Арт групп Жарашат, Президент ассоциации «Ремесленный Совет Кыргызстана»

Хассанали Мустафа

Ассоциация моды Танзании и Swahili Fashion Week, Председатель

Эммануэль Мучинду Миоба

Lusaka fashion weekend, Директор

Фернандо Якс

Gvatemala Fashion Week, Ассоциированный директор

Модератор

Ольга Сысоева

РГУ им.А.Н.Косыгина, Доцент

Не роскошь, а необходимость! Инсайдерский взгляд на индустрию люкса

Большой зал, 05/10, 16:30–17:30

Не вызывает сомнений, что с момента своего зарождения каждый бренд лелеет мечту о том, чтобы занять достойное место на престижнейших мировых площадках: на полках ЦУМа, среди витрин ГУМа, в залах «Галереи Лафайет» или на центральных улицах Шанхая. Но сейчас в России в эпоху очень больших преобразований, в эпоху, когда мы начали смотреть внутрь себя, в эпоху, когда есть очень большое давление и вообще вся ситуация в ретейле перевернута с ног на голову, бренды, которые мыслят себя в категории премиум, сталкиваются с достаточно серьезным рядом вызовов, но продолжают оставаться важными элементами как национальной, так и глобальной модной экосистемы.

1. Может ли российская мода предложить миру новую концепцию люкса?
2. Как изменяются предпочтения и поведение состоятельных клиентов в ответ на экономические вызовы? Каким образом бренды могут адаптировать свои стратегии к этим изменениям?
3. Тезис «Россия на сегодняшний момент является производителем одежды, но не дизайнером».
4. Тезис «Московская аудитория уже доросла до того, чтобы покупать интеллектуальную моду».
5. Как цифровые технологии и социальные медиа трансформируют рынок люксовых товаров и как российские бренды используют эти инструменты для повышения своей конкурентоспособности?

Спикеры

Рене Баррера

FashionLifeLA, Директор

Ксения Подвальная

ИП Подвальная Ксения
Александровна, Руководитель

Серхио Пуч

Mediterranea Fashion Week,
Директор

Александра Серова

Alexandra Serova, Основатель
бренда

Мари Клер Фонтейн

Panama Fashion Week, Директор

Светлана Шатунова

SNATU 1997, Основатель и
дизайнер бренда

Модератор

Сергей Краснов

РБК ТВ, Ведущий

Деловая программа

05/10, Малый зал

Маркетплейсы и модные бренды. Конфликт интересов или общие ценности

Малый зал, 05/10, 11:00–11:45

В круговороте жизни офисного человека маркетплейсы стали моллами, в которые мы всегда успеваем «забежать» после или во время работы. Маркетплейсы кардинально изменили и правила игры для модных брендов. С одной стороны, они предлагают уникальные возможности для расширения аудитории и увеличения продаж, с другой — ставят перед брендами новые вызовы, связанные с управлением имиджем, контролем цен и взаимодействием с клиентами. Какие стратегии выбирают компании для успешного сотрудничества, какие риски и выгоды они видят и как эти отношения формируют будущее модного ретейла?

1. Как складываются взаимоотношения между модными брендами и маркетплейсами в России? Взаимовыгодно ли это сотрудничество для обеих сторон?
2. Как модные бренды могут сохранить свою уникальную идентичность и ценности, работая с крупными маркетплейсами, которые стремятся стандартизировать опыт покупок?
3. Как изменился подход к продвижению модных брендов в условиях доминирования маркетплейсов?
4. Каким будет будущее взаимодействия между модными брендами и маркетплейсами в России? Возможно ли изменить вектор развития таких отношений и какие новые формы сотрудничества могут появиться?

Спикеры

Вадим Колпастиков

Сбер, Исполнительный директор

Алексей Мирзаянц

ОЗОН, Руководитель отдела аналитики и развития бизнеса

Елена Смирнова

БЛСВ, Руководитель отдела
маркетинга

Модератор

Дания Ткачева

Агентство по росту продаж и
стратегии развития для fashion-
брендов Династия, Основатель

Нейросеть и клиентский опыт. Как использовать AI в ретейле

Малый зал, 05/10, 14:00–14:45

Согласно прогнозам экспертов, мировой рынок ИИ в ретейле к 2029 году достигнет 38,92 млрд \$, и уже порядка 40% ретейлеров используют нейросети в решении своих бизнес-задач. Алгоритмы могут анализировать данные в реальном времени: выявлять паттерны поведения и предлагать персонализированные рекомендации и оптимальные ценовые стратегии, что способствует увеличению прибыли, повышению конкурентоспособности и оптимизации бизнес-процессов. Применение искусственного интеллекта в ретейле открывает новые горизонты для бизнеса, предлагает инновационные подходы к взаимодействию с клиентами и оптимизации внутренних процессов. В условиях быстро меняющегося рынка компании, использующие возможности ИИ, имеют все шансы занять лидирующие позиции.

1. ИИ может помочь, наверное, во всем: от внедрения чат-ботов, которые будут решать проблемы пользователя вместо человека, до анализа данных о продажах, сезонности покупок и прогнозирования спроса. Но какие ограничения существуют при внедрении AI в ретейле?
2. Персонализация на новом уровне. Как использование нейросетей для анализа поведения покупателей может привести к созданию полностью персонализированных магазинов?
3. AI и эмоциональный интеллект. Могут ли нейросети научиться распознавать и реагировать на эмоциональное состояние клиентов? Какие перспективы и вызовы несет внедрение эмоционально-интеллектуальных систем в ретейл?
4. Насколько далеко могут зайти такие технологии в создании «человеческого» опыта покупок?
5. Как соблюсти баланс между интересами клиента и бизнеса?

Спикеры

Руслан Ахтямов

Наполеон it, Основатель

Лаура Замбрини

Университет Буэнос-Айреса,
Профессор и исследователь в
области социологии моды

Кань Нуен

VDAS - Vietnam Design
Association, Руководитель
сектора моды

Пабло Юста

AI Consortivm, Генеральный
директор

Модератор

Федор Вирин

Data Insight, Партнер

Открытый урок школы стилистов

Малый зал, 05/10, 15:00–15:45

В мире моды и самовыражения формирование собственного стиля — это важный шаг к созданию уникальной идентичности. На этой интерактивной панельной дискуссии ведущие стилисты и эксперты модной индустрии обсудят, как найти гармонию между актуальными трендами и личными предпочтениями. Участники узнают, как стиль может стать инструментом самовыражения, влияющим на восприятие себя и окружающими. Спикеры поделятся практическими советами по созданию индивидуальных образов, разбору гардероба и адаптации модных тенденций под собственные черты характера и образ жизни. Важная часть дискуссии — это обмен опытом и мнениями в живом формате, где участники смогут задать вопросы и получить персонализированные рекомендации.

Спикеры

Лада Арзуманова

Британская высшая школа
дизайна, Стилист,
преподаватель

Татьяна Никейцева

Образовательный проект
Personal Styling, Основатель

Модератор

Марина Барыкина

Британская высшая школа
дизайна, Преподаватель

Как продвигать модные бренды в эпоху поколения Z

Малый зал, 05/10, 16:00–17:00

С развитием цифровых технологий и социальных медиа молодое поколение изменяет правила игры в модной индустрии. Стриминговые платформы и живые трансляции, активными пользователями которых выступает поколение Z, становятся мощными инструментами для продвижения брендов и коллекций. Эти новые форматы позволяют не только охватить широкую аудиторию, но и установить более тесную связь с потребителем, создавая ощущение непосредственного участия и вовлеченности. Однако не все бренды готовы к таким изменениям и могут испытывать трудности в интеграции этих инструментов в свои маркетинговые стратегии.

1. Как брендам адаптироваться к новым маркетинговым форматам и использовать их для продвижения своей продукции?
2. Как новое поколение вдохновляет дизайнеров?
3. Какие платформы и форматы наиболее эффективны для охвата молодой аудитории?
4. Как стриминг меняет подход к продвижению модных брендов и взаимодействию с аудиторией? Можно ли говорить, что TikTok и стрим-платформы стали важнее традиционных каналов продвижения?
5. Как измерить эффективность стриминговых кампаний и их влияние на продажи?

Спикеры

Дарина Алексеева

МОКВИЧКА, Главный редактор

Тахир Ибрагимов

Tajikistan Fashion Week,
Директор

Келли Катрон

People's Revolution, Продюсер
Модного Шоу

Евгения Плотникова

, Медиа продюсер,
основательница ed-сообщества
NFT CONF

Мария Тарасова

КАКДЕЛА, Журналист

Модератор

Мария Моргун

МОСКВИЧКА, Программный
директор клуба

Деловая программа

05/10, Открытый зал

От хобби до хайпа. Как дизайнеры-самоучки потеснили мэтров

Открытый зал, 05/10, 11:00–11:45

Классическая школа дизайна, безусловно, имеет свои преимущества, и мы продолжаем восхищаться работами выпускников таких известных учебных заведений, как лондонская Central Saint Martins и антверпенская Royal Academy of Fine Arts, чьи коллекции каждый год вызывают настоящий фурор на неделях моды. Однако не менее интересными являются и перспективные дизайнеры-самоучки, обладающие уникальным чутьем на модные тренды. Несмотря на отсутствие диплома, они смело выходят за пределы привычных концепций и парадигм в своем творчестве.

Когда малоизвестный дизайнер-самоучка Том Форд возглавил Gucci, некоторые эксперты были уверены, что компании пришел конец. Однако он сумел превратить Gucci в одну из самых желанных марок в мире. Отсутствие формального образования не помешало Жакмюсу завоевать награду LVMH Prize и создать аксессуары, ставшие фаворитом среди it-girls модных столиц. Что стоит за этим феноменом?

1. Как увлечение и талант позволяют амбициозным новичкам обойти признанных мастеров индустрии?
2. Кто на самом деле фешен-передовик, а кто плетется в прошлом?
3. Как социальные сети и смелые идеи меняют моду, стирая границы между хобби и профессионализмом, и как на фоне этого меняется сам статус модного дизайнера?
4. Как общество и индустрия моды воспринимают дизайнеров-самоучек? Есть ли предубеждения или, наоборот, восторг перед их работами? Приходится ли им совершать экстра-усилия, чтобы доказывать свое право на жизнь?

Спикеры

Антонио Маурицио Гриоли

Pearl Academy India, Декан

Юлия Далакян

Дом Моды Julia Dalakian,
Дизайнер

Карина Демиденко

Carec.o, Директор

Ксения Князева

Ксения Князева, Руководитель &
дизайнер

Ангелина Куштина

Independent Media, Шеф-
редактор диджитал-площадок
GRAZIA

Наталья Маетная

White Crow, Основатель

Модератор

Ольга Сысоева

РГУ им.А.Н.Косыгина, Доцент

Мода издалека. Кросс-обмены через международные мероприятия

Открытый зал, 05/10, 13:30–14:45

Взаимодействие различных культур в модной индустрии формирует уникальные тренды, которые проявляются на подиумах по всему миру – от Шанхая до Сан-Паулу.

Международные мероприятия становятся платформами для кросс-культурных обменов, где дизайнеры и стилисты делятся своими видениями и рассказывают о своем культурном наследии. Будь то японский минимализм, яркие африканские принты или латиноамериканские мотивы, они не только вдохновляют дизайнеров на создание новых коллекций, но и в целом способствуют плодотворному диалогу о культуре, взаимном уважении и инклюзивности. Тем не менее, в процессе кросс-культурных обменов через международные мероприятия перед индустрией встают важные вопросы. Где проходит граница между культурной апроприацией и обменом? Как избежать поверхностного заимствования и создавать действительно аутентичные коллекции? И, наконец, как такие обмены влияют на локальные модные индустрии, и помогают ли международные фэшн-мероприятия небольшим брендам из развивающихся стран выйти на мировой уровень?

1. Как международные фэшн-мероприятия способствуют кросс-культурным обменам в модной индустрии?

2. Где проходит граница между культурным обменом и апроприацией в моде?
3. Как организация международных ивентов способствует развитию локальных брендов?

Спикеры

Мицци Адриан Дж.

Исполнительный продюсер
Malta Fashion Week & Awards,
Президент Мальтийской
ассоциации моды

Саят Досыбаев

Kazakhstan Fashion Week,
Основатель, Генеральный
продюсер

Сенан Камель

Baghdad Fashion Week,
Основатель и генеральный
директор

Филма Келегаи

Papua New Guinea Fashion Week,
Основатель и управляющий
директор

Ольга Коссински

КОСС, Дизайнер

Элен Манукян

Fashion and Garment Chamber of
Armenia, Соучредитель и
руководитель команды

Альваро Мукороли

MTC Windhoek Fashion Week,
Директор

Пьетро Полит

Quito Fashion Week, D.I.S
Management, Директор

Алена Чипура

BÜRO UNIQUE, Основатель
бренда, дизайнер

Модератор

Янина Гончарова

Основатель Belarus Fashion
Week, Художественный
руководитель Белорусской
палаты моды

Серия TED-выступлений

Открытый зал, 05/10, 15:00–15:45

15:00-15:20 Тема: Как исследовать целевую аудиторию модного бренда?

Спикер: Дания Ткачева, Бизнес-консультант по управлению продажами и стратегическому развитию fashion-брендов

Спикер

Дания Ткачева

Агентство по росту продаж и
стратегии развития для fashion-
брендов Династия, Основатель

Дизайн эмоций. Почему мы выбираем бренд

Открытый зал, 05/10, 16:00–17:00

Почему один модный бренд вызывает у нас чувство уникальности и принадлежности к закрытому клубу, другой — ощущение комфорта и расслабленности, а третий — настроение праздника и роскоши? Ответ кроется в деталях, которые создают уникальный эмоциональный опыт, отражающий наши личные ценности и стремления. В мире моды это не просто покупка — это выбор того, как мы хотим ощущать себя и как хотим, чтобы нас видели другие, и он гораздо глубже простого выбора одежды. Этот процесс, известный как «дизайн эмоций», играет ключевую роль в формировании нашей привязанности к бренду. Почему некоторые бренды становятся нашими фаворитами, заставляя нас возвращаться к ним снова и снова? Это вопрос не только о моде, но и о

том, как бренды умело играют на наших эмоциях, создавая уникальные истории и впечатления.

1. Яркие кейсы интеграции эмоционального дизайна в маркетинговые кампании и продуктовые линейки.
2. Какие стратегии могут использовать бренды, чтобы усилить эмоциональную связь с клиентами в условиях высокой конкуренции? Как бренды могут дифференцировать себя через дизайн эмоций?
3. Какие метрики и инструменты используются для оценки эмоционального воздействия бренда?
4. Существуют ли конкретные кейсы, где эмоциональный дизайн стал ключевым фактором успеха?

Спикеры

Ольга Бухтиярова

СберМаркетинг, Арт-Директор

Бедиз Йилдырым

Bediz Co. & Istanbul Fashion Academy, Основатель и преподаватель

Сергей Крымлов

PARTOFOYOU, Основатель

Виктория Ромашова

Британская Высшая Школа Дизайна, Руководитель факультета «Мода и стиль», Куратор программы «Стратегия продвижения бренда»

Оскар Руис-Шмидт

Obra Gris, Креативный директор

Анастасия Тарасова

MAMA AZIA, Основатель Бренда

Модератор

Виктор Бурмистров

БиОн консалтинг, Управляющий Партнер

Выставка «Наследие»

03/10, Фойе

Выставка «Наследие»

04/10, 11:00–17:00

Выставка «Наследие», которая пройдет в рамках BRICS+ Fashion Summit задумана как масштабное событие, которое продемонстрирует влияние национального и культурного наследия стран БРИКС, и развивающихся стран Азии, Африки и Латинской Америки на современный дизайн одежды и отразит таким образом мировую тенденцию использования национальных кодов в модной индустрии.

Выставка «Наследие»

04/10, Фойе

Выставка «Наследие»

04/10, 11:00–17:45

Выставка «Наследие»

05/10, Фойе

Выставка «Наследие»

04/10, 11:00–17:00

Воркшопы и мастер-классы

03/10, Фойе

Как решить проблемы развития китайских дизайнерских брендов

04/10, 10:30–11:30

Лекция

04/10, 11:30–12:30

Возрождение традиционных методов для устойчивого будущего

04/10, 12:30–13:30

Изготовление традиционной туркменской аладжи: процесс, техника и значение

04/10, 13:30–14:30

Дизайн как инструмент социальных изменений

04/10, 14:00–15:00

Различные источники вдохновения: культура, человеческая красота, природа, художники и история

04/10, 15:30–16:30

«Если мы хотим выделиться, вдохновение — отправная точка для любой коллекции»

Творческий процесс и разработка прототипа

04/10, 16:30–17:30

Воркшопы и мастер-классы

04/10, Фойе

Как технологии трансформируют управление продукцией в сфере люксовой моды

04/10, 10:30–11:30

Искусство и наследие Лаоса

04/10, 11:30–12:30

Country: Laos Brand: LeLao Designer: Manithip Vongphachanh

Стратегия средней моды

04/10, 12:30–13:30

Культурный код: коллекция и опыт модного путешествия

04/10, 13:30–14:30

Мастер-класс по изготовлению поясов из бисера

04/10, 14:30–15:30

Знаменитые традиционные костюмы: баронг тагалог и филиппиниана

04/10, 15:30–16:30

Воркшопы и мастер-классы

05/10, Фойе

Ткани Узбекистана

04/10, 10:30–11:30

Советы по созданию точной выкройки

04/10, 11:30–12:30

Пустынная пальма

04/10, 12:30–13:30

Country: Kuwait Brand: Montaha Couture Deisgner: Montaha M A Alajeel

Работы Дизайнеров в Сальвадоре

04/10, 14:30–15:30

От устойчивого производства к вневременности: партнерство моды с будущим планеты

04/10, 15:30–16:30