

# Деловая программа

18/10, Большой зал

## Глобальный подиум. Недели моды на всех континентах

---

Большой зал, 18/10, 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

## Модератор

### **Мода как культурная дипломатия. Глобальные перспективы дизайнерских брендов**

---

Большой зал, 18/10, 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». Какие механизмы и инструменты существуют для поддержки культурных инициатив и продвижения дизайнерских брендов? Как дизайнеры становятся культурными дипломатами в мире моды?

1. Какую роль играет мода в культурной дипломатии?
2. Какие бренды и дизайнеры уже добились успеха на мировой арене?
3. Как сохранять уникальность бренда при масштабировании и интеграции в глобальные культурные тренды?
4. Какие существуют конкурентные преимущества у небольших брендов и у крупных модных компаний в контексте мягкой силы?

## Спикеры

## Модератор

### **Текстильная революция. Инновационные ткани на грани с реальностью**

---

Большой зал, 18/10, 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

### **Мода вокруг света. Разгадывая код культуры**

---

Большой зал, 18/10, 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, привнося 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 поддержании и популяризации культурных кодов?

## **Метавселенная моды. Из видеоигр на мировой подиум**

---

Большой зал, 18/10, 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

## Модераторы

## **Get Ready with Me с инфлюенсером**

---

Большой зал, 18/10, 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 на шумевший 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

# Деловая программа

18/10, Малый зал

## Трансформация ретейла. От магазина одежды к культурному пространству

---

Малый зал, 18/10, 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**

**Модератор**

---

## **История одного модного дома. Становление большого бренда**

---

Малый зал, 18/10, 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**

**Модератор**

---

## **Образовательный квест. Обучение, соответствующее ритму модной индустрии**

---

Малый зал, 18/10, 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**

**Модератор**

---

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

Малый зал, 18/10, 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**

**Модератор**

# Деловая программа

18/10, Открытый зал

## Важное дополнение. Как создать успешный бренд обуви и аксессуаров

---

Открытый зал, 18/10, 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**

**Модератор**

## **Искусство футуризма. Как будут одеваться люди будущего**

---

Открытый зал, 18/10, 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 зайти 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**

**Модератор**

## **Звезда родилась. Тернистый путь дизайнера**

---

Открытый зал, 18/10, 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

## Модератор

---

## **Инклюзивный шик. Отразить всех и каждого**

Открытый зал, 18/10, 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**

**Модератор**

# Деловая программа

18/10, Большой зал

## Творческий капитал. Роль креативных индустрий в экономическом развитии

---

Большой зал, 18/10, 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**

**Модератор**

## От фабрики до подиума. Промышленность в тренде

---

Большой зал, 18/10, 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?
6. Какие конкретные шаги необходимо применить по дальнейшему развитию отечественной легкой промышленности и укреплению ее позиций на международной арене?

### Спикеры



## Модератор

### **Искусственный интеллект как актив. Инвестиции в креативные индустрии**

---

Большой зал, 18/10, 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

## Модератор

### **Круговорот моды. От создания до ресейла**

---

Большой зал, 18/10, 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

## Модератор

---

## **Попасть в индустрию. Кадры и компетенции модного мира**

Большой зал, 18/10, 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**

**Модератор**

,

,

,

,

,

,

,

# Деловая программа

18/10, Малый зал

## Облачный гардероб. Примеряя «нереальное»

---

Малый зал, 18/10, 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**

**Модератор**

## Инвестиционный план. Где найти деньги на создание нового модного дома

---

Малый зал, 18/10, 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**

**Модератор**

---

**Поколение Next. Новые флагманы модного рынка**

Малый зал, 18/10, 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**

**Модератор**

## По шоурумам. Закулисье модного бизнеса

---

Малый зал, 18/10, 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**

**Модератор**

## Серия TED-выступлений

---

Малый зал, 18/10, 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**





# Деловая программа

18/10, Открытый зал

## Модные переплетения. Мода как инструмент культурного диалога

---

Открытый зал, 18/10, 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

,  
,  
,  
,  
,  
,  
,

## Модератор

### **Кликом единым. Тренды развития мобильных приложений**

---

Открытый зал, 18/10, 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

## Модератор

## Без секретов. Ноу-хау в дизайне

---

Открытый зал, 18/10, 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**

**Модератор**

---

## Обмен опытом БРИКС+. Модный экспорт без границ

---

Открытый зал, 18/10, 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**

**Модератор**

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

---

Открытый зал, 18/10, 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**

**Модератор**

,

,

,

,

,

,

,

# Деловая программа

18/10, Большой зал

## Мягкое приземление. Подружиться с российским покупателем

---

Большой зал, 18/10, 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**

**Модератор**

# Культурные апроприации как прием. Особенности использования и проблемы рецепции

---

Большой зал, 18/10, 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**

**Модератор**

,

,

,

,

,

,

,

,

,

## Иконы стиля. Как работает маркетинг влияния

---

Большой зал, 18/10, 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

### Модератор

## Артефакт истории. Ремесленные процессы в мире моды

---

Большой зал, 18/10, 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**

**Модератор**

---

**Не роскошь, а необходимость! Инсайдерский взгляд на индустрию люкса**

Большой зал, 18/10, 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**

**Модератор**

# Деловая программа

18/10, Малый зал

## Маркетплейсы и модные бренды. Конфликт интересов или общие ценности

---

Малый зал, 18/10, 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**

**Модератор**

# Нейросеть и клиентский опыт. Как использовать AI в ретейле

---

Малый зал, 18/10, 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**

**Модератор**

## Открытый урок школы стилистов

---

Малый зал, 18/10, 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

### Модератор

## Модный стрим. Продвижение от нового поколения

---

Малый зал, 18/10, 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**

**Модератор**

,

,

,

,

,

,

# Деловая программа

18/10, Открытый зал

## От хобби до хайпа. Как дизайнеры-самоучки потеснили мэтров

---

Открытый зал, 18/10, 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

## Модератор

### **Мода издалека. Кросс-обмены через международные мероприятия**

---

Открытый зал, 18/10, 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



## Модератор

### **Серия TED-выступлений**

---

Открытый зал, 18/10, 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**

### **Дизайн эмоций. Почему мы выбираем бренд**

---

Открытый зал, 18/10, 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**

**Модератор**

,

,

,

,

,

,

,

# Выставка «Наследие»

18/10, Фойе

## Выставка «Наследие»

---

18/10, 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»

18/10, Фойе

## Выставка «Наследие»

---

18/10, 11:00–17:45

# Выставка «Наследие»

18/10, Фойе

## Выставка «Наследие»

---

18/10, 11:00–17:00

# Воркшопы и мастер-классы

18/10, Фойе

---

## Как решить проблемы развития китайских дизайнерских брендов

---

18/10, 10:30–11:30

---

## Лекция

---

18/10, 11:30–12:30

---

## Возрождение традиционных методов для устойчивого будущего

---

18/10, 12:30–13:30

---

## Изготовление традиционной туркменской аладжи: процесс, техника и значение

---

18/10, 13:30–14:30

---

## Дизайн как инструмент социальных изменений

---

18/10, 14:00–15:00

---

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

---

18/10, 15:30–16:30

---

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

## Творческий процесс и разработка прототипа

---

18/10, 16:30–17:30

# Воркшопы и мастер-классы

18/10, Фойе

## Как технологии трансформируют управление продукцией в сфере люксовой моды

---

18/10, 10:30–11:30

## Искусство и наследие Лаоса

---

18/10, 11:30–12:30

Country: Laos Brand: LeLao Designer: Manithip Vongphachanh

## Стратегия средней моды

---

18/10, 12:30–13:30

## Культурный код: коллекция и опыт модного путешествия

---

18/10, 13:30–14:30

## Мастер-класс по изготовлению поясов из бисера

---

18/10, 14:30–15:30

## Знаменитые традиционные костюмы: баронг тагалог и филиппиниана

---

18/10, 15:30–16:30



# Воркшопы и мастер-классы

18/10, Фойе

## Ткани Узбекистана

---

18/10, 10:30–11:30

## Советы по созданию точной выкройки

---

18/10, 11:30–12:30

## Пустынная пальма

---

18/10, 12:30–13:30

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

## Работы Дизайнеров в Сальвадоре

---

18/10, 14:30–15:30

## От устойчивого производства к вневременности: партнерство моды с будущим планеты

---

18/10, 15:30–16:30