



**CAF**  
CENTRAL ASIA FASHION  
**AUTUMN-2021**

**28** МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА МОДЫ  
INTERNATIONAL FASHION EXHIBITION

**16-18** сентября  
september **2021**

Organizer / Организатор  
**CATEXPO**

[WWW.FASHIONEXPO.KZ](http://WWW.FASHIONEXPO.KZ)

**Прошедшая в Алматы профессиональная B2B выставка моды Central Asia Fashion Autumn-2021 диагностировала проблемы постпандемийного fashion-рутейла**

Россия, Турция, Украина, Беларусь, Корея и Казахстан представили новые коллекции на выставке моды CAF сезона Autumn-2021. 68 производителей и поставщиков привезли в Алматы коллекции на грядущий сезон для предзаказа и закупа байерами и обменялись информацией о положении индустрии.



Этого события профессионалы fashion-индустрии ждали полтора года. Время пандемии пережили не все ритейлеры, однако Central Asia Fashion стала не только долгожданным праздником моды и площадкой обмена мнениями, но и дала надежду на восстановление fashion-бизнеса.

Как отметил директор международной выставочной компании CATEXPO Метин Арслан: «Долгих полтора года выставки не было. И сейчас мы видим, что люди очень соскучились по полноценной работе, общению, новым контактам, идеям и бизнес-вдохновению, так необходимому в этой сфере. Они, как никогда, ждали нашу выставку, и мы рады, что вновь начали работать».

Выставка моды Central Asia Fashion стала первым постпандемийным офлайн мероприятием для модной индустрии на территории всей Центральной Азии. При этом она сохранила все основные элементы, укрепив позицию лидера B2B направления в выставочном бизнесе.

А между тем по данным, собранным у экспонентов выставки, результаты проекта превзошли любые ожидания:

«У нас отличные показатели по предзаказу и закупу среди участников выставки, порядка 95 процентов. А это значит, что все участники выставки смогли найти себе новых клиентов, а посетители-ритейлеры Казахстана

смогли сделать заказ и скоро получают новый товар», - делится Метин Арслан, - «Безусловно, мы довольны и с большими надеждами смотрим в будущее».

Подготовка к проекту заняла несколько месяцев осложненных условиями новой, постпандемической реальности, однако усилия организаторов, несмотря на соблюдение карантинных ограничений, сделали проект беспрецедентным. Так 28-й сезон выставки CAF открылся ярким шоу на специальном подиуме-трансформере, не имеющем аналогов в мире и меняющем конфигурацию несколько раз в день. В последующие дни мероприятия 15 модных коллекций из 6 стран мира показали всю масштабность подготовки экспонентов и качество представляемых марок.



Уникальной стала и презентация специального проекта: модного показа и фотовыставки этническо-мистической коллекции казахстанского дизайнера Тарбии Айдымбаевой «Мистические герои великой степи». Все образы коллекции – это творческий взгляд автора на мифологию древней земли Казахстана. Каждый имеет культурно-этнографическую ценность и отражает характер и мистические свойства героев. Коллекция «Мистические герои великой степи». Дизайнер Тарбия Айдымбаева.

Бизнес-конференция по ритейлу в рамках выставки в очередной раз дала интеллектуальную пищу для размышлений всем специалистам модной отрасли. Так, эксперты и лидеры рынка fashion-ритейла рассказали о тренде на онлайн-торговлю, омниканальности продаж, прогнозах и выживании во время карантинных изменений.

Представленные в блоке retail-аналитики специалистом по работе с розничными сетями в Казахстане NielsenIQ Kazakhstan Сергеем Булановым данные указывают на то, что каждый пятый казахстанец пострадал от COVID-19 в экономическом плане, а 46% опрошенных в Нур-Султане, Алматы, Караганде и Павлодаре респондентов начали активно экономить. Однако, несмотря на это, локдаун дал толчок к развитию онлайн-продаж, а после снятия ограничений произошел существенный рост продаж в категории fashion.

В то же время заместитель председателя правления ОЮЛ «Союз торговых сетей РК» Эльбеги Абдиев рассказал, что казахстанцы стали обращать больше внимания на цену товара. По данным Союза, процент «завязавших пояса» вырос на 20 показателей. Также специалист отметил, что сотрудники торговой сферы составляют 17% всего занятого населения республики, а по итогам 2020 года объем торговли упал на 7,3%, что вызвало сокращение рабочих мест (около 35% субъектов торговли потеряли от 30 до 40% персонала). «Ритейл-бизнес страны стал более конкурентным. Сильные игроки стали сильнее, слабые – слабее», - заключил спикер.

Информацию подтверждают данные основанные на истории поисковых запросов, представленные экспертом fashion-ритейла и шеф-модератором конференции CAF Миленой Ершовой: сообщается, что 50% респондентов опроса не готовы тратить на покупку одежды более 17 тысяч тенге.

Живой интерес и внимание участников вызвали и панельные дискуссии. Эксперты сходятся в одном: пандемия уязвила сферу торговли, а принимаемых государством мер поддержки недостаточно. Особо жаркой стала дискуссия с участием казахстанских девелоперов. «Более 1 миллиона казахстанцев работают в сфере торговли. И то, что происходит все это время с торговыми центрами, похоже на театр абсурда», - поделился председатель Союза девелоперов торговой недвижимости РК, совладелец моллов «Апорт» Дмитрий Ревин, – «Мы с начала года ждем от главного санитарного врача города информацию по очагам заражения коронавирусом, информации нет. Однако в распространении заболевания по мнению чиновников виноваты торговые центры. Нам просто необходима поддержка, выраженная не только в послаблении карантинных мер, но и в плане налогов».

В то же время байеры, приехавшие со всего Казахстана и близлежащих государств, поделились общей проблемой: сделать предзаказ и доставку товара в новых реалиях сложно по ряду причин. Как рассказала владелица бутика в одном из павильонов алматинского ТЦ Adem: «Мы много лет занимаемся продажей спортивной зимней одежды. В этом году с января и до сих пор, ждем поставку из Китая. Благо, наш товар сезонный и мы сможем продать с опозданием пришедшую партию и на будущий год. Выставка буквально спасла нас от пустых полок и отсутствия работы как таковой».

Региональные собственники fashion бизнеса не менее рады тому, что выставка смогла привезти достаточный выбор представителей модных брендов в Алматы, тем самым избавив от логистических проблем и необходимости выезжать за границу.

«Десять лет мы делали закуп товара в Италии, напрямую у производителей», – рассказывает владелица сети модных бутиков из Уральска. – «Сейчас привычная схема работы оказалась для нас невозможной по ряду от нас не зависящих причин. На выставке мы нашли трех производителей из Турции, у которых смогли сделать не только закуп товара на ближайшее время, но и разместить предзаказ на будущий сезон. Осознание того, что планирование будущего и стабильность в новых реалиях возможны невероятно окрыляет для дальнейшей работы».

Проблемы испытывают и российские байеры. По словам прибывших на выставку в Алматы специалистов, в настоящее время в Россию плохо поставляют товары из Турции. Однако, чтоб не менять сегмент и поставщика, ритейлеры вынуждены ехать за предзаказом в Казахстан, а далее получив товар отправлять его по условиям Экономической зоны Таможенного союза.



Помимо обмена мнениями и поиска решения общих проблем, производители и байеры получили рекомендации от специалистов области маркетинга и диджитал. В частности, консультант по маркетингу и продажам, партнер консалтинговой компании BMIND, аккредитованный консультант ЕБРР, Татьяна Солдатенко представила данные, согласно которым наиболее эффективным инструментом продаж по-прежнему являются мероприятия, а fashion-блогер и актриса Яна Бобрыка познакомила с бизнес-кейсом и на

собственном примере рассказала о повышении среднего чека ритейлера при проведении специальных ивентов.

Одной из полезнейших тем для владельцев бизнеса стали советы fashion-beauty блогера Сабины Рустембаевой: однако, как показал мастер-класс, многие представители МСБ, чьи продажи стремительно ушли в онлайн, до сих пор не владеют навыками работы в социальных сетях. Вопросов от предпринимателей было настолько много, что было принято единогласное решение о приглашении спикера на новый сезон выставки в марте 2022 года, на расширенный мастер-класс и повторную сессию с обновленными данными.



Напомним, международная выставка моды Central Asia Fashion проводится в Алматы дважды в год (март и сентябрь), с 2006 года. Каждый сезон в выставке принимает участие до 200 модных брендов из разных мира. На стендах ведется предзаказ и закуп коллекций, на подиуме проходят байерские и дизайнерские показы, бизнес-зона представлена профильной бизнес-конференцией, в рамках которой проходят панельные дискуссии, аналитические сессии, тематические семинары, круглые столы и мастер-классы. Все три главных элемента выставки exro-business-show нацелены на совершение сделок и активное ведение бизнес-процессов.



**CAF**  
CENTRAL ASIA FASHION  
SPRING-2022

**29** МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА МОДЫ  
INTERNATIONAL FASHION EXHIBITION

**14-16** марта  
march **2022**

Organizer / Организатор  
**catExpo**

[WWW.FASHIONEXPO.KZ](http://WWW.FASHIONEXPO.KZ)

Организаторы благодарят представителей СМИ за интерес к проекту и открыты к сотрудничеству. В ближайшее время по мере подготовки материалов с бизнес-конференции также будут предоставлены расширенные данные с некоторых панельных дискуссий и аналитических сессий.

При использовании данных релиза обязательно указание источника:

Международная выставка моды Central Asia Fashion.

Пресс-служба: Татьяна Синенко +77714164251, aurorapr.me@gmail.com