

эксперты



Оксана Головина администратор магазина «Русский лен»

Ив Сен-Лоран, Жан-Поль Готье, Карл Лагерфельд – кто же не захочет иметь в гардеробе новинку от известного модельера! Между тем, законодатели мод нередко вдохновляются русскими косоворотками и сарафанами, ушанками и цветастыми платками. Денис Симачев и Вячеслав Зайцев регулярно поставляют на европейские подиумы модные новинки «а-ля рус». А как обстоят дела с русским стилем на его родине?

Экологически чистый сарафан

«В Россию интерес к национальной одежде возвращается параллельно с возрождением гордости за родную страну и ее культуру, - считает администратор магазина «Русский лен» Оксана Головина. – Например, чтобы поддержать национальную сборную на чемпионате мира по футболу в Австрии, наши болельщики оделись в косоворотки».

Льняные рубашки пользуются спросом у мужчин так же, как сарафаны у женщин. Состоятельные люди выбирают их в качестве удобной домашней одежды. «В последнее время многие нижегородцы предпочитают проводить новогодние каникулы в теплых странах, поэтому и спрос на льняные сарафаны, брюки и топы зимой возрастает год от года», - говорит Оксана Головина. Тем не менее, льняная одежда – товар по большей части сезонный. Присматривать обновки на весну-лето нижегородцы начинают в феврале, но заметного увеличения товарооборота стоит ждать с середины марта. Одна из причин – приверженность к национальному стилю и натуральным тканям обходится недешево. Цены на одежду из льна варьируются от 600 (в основном, по распродаже) до 6000 руб. Впрочем, траты оправданы. «Коллекции у нас небольшие, и покупатель может не бояться увидеть такую же вещь на ком-то другом», - уверяет Оксана Головина. Новые коллекции льняной одежды появляются, как и во всем модном мире, дважды в год. Но есть модели, которые присутствуют в ассортименте магазина постоянно. Например, платье, скроенное «по косой», прекрасно садится на любую фигуру, а потому его всегда можно найти в продаже (меняются лишь детали кроя).

«Мы придерживаемся славянского стиля, - рассказывает Оксана Головина. – Для него характерно обилие вышивки, мережка. Последняя особенно хороша в летней одежде, самую простую кофточку мережка сделает изысканной, так что она будет смотреться на уровне евродизайна».

Большая Покровская постепенно утрачивает статус главной торговой улицы города, куда больший поток посетителей обеспечивают торговые центры. Но основу клиентуры магазина (до 50%) составляют вовсе не случайные прохожие, а постоянные клиенты. Площадь торговой точки должна составлять не менее 30 кв. м. Стоит уделить внимание индивидуальному оформлению помещения. «Лен не терпит сложных конструктивных линий, потому и в интерьере магазина следует избегать излишеств, отдав предпочтение простоте, - рекомендует Оксана Головина. – Нужно стремиться воссоздать в магазине атмосферу домашнего уюта, чему немало способствует и доброжелательное отношение продавцов». Вдобавок, неплохо обзавестись утюгом и гладильной доской, ведь льняные ткани легко мнутся, и после примерки одежду придется гладить, чтобы вернуть ей товарный вид.

Ассортимент специализированного магазина льняной одежды составляет порядка 1000 наименований товара. Инвестировать в первоначальную закупку продукции придется 4

млн. руб., через 1,5 года стабильный доход магазину обеспечен. Но в Нижнем Новгороде только лен продают единицы. Удачным дополнением к ассортименту «а-ля рус» станет постельное и столовое белье, кухонные аксессуары.

«Интерес к национальным традициям в одежде возрастает эпизодически, но не исчезнет он никогда, - уверена Оксана Головина. – С 2008 года спрос на вещи в русском стиле возрос, по меньшей мере, на 40%».

эксперты



Татьяна Демаева генеральный директор ЗАО «Строчевышивальная фабрика «ЮНОНА»

Нижегородские узоры

Нижегородская земля с давних времен славится своими мастерицами-вышивальщицами. В области сложились целых пять центров художественной вышивки: в Городце, на Бору, в Чкаловске и Катунках, есть своя строчевышивальная фабрика и в Нижнем Новгороде.

«В 1933 г. несколько нижегородских вышивальщиц объединились в артель «Искра», с этого времени мы отсчитываем историю нашей фабрики, - рассказывает Татьяна Демаева, директор ЗАО «Строчевышивальная фабрика «ЮНОНА». – Названия предприятия менялись. До сих пор многие поклонники вышивки помнят нас под именем «Горьковской художественной фабрики» (ГХФ), в 90-е гг. мы назывались «Россиянкой», теперь – «Юнона». Нижегородская вышивка сохраняет и развивает традиции золотного шитья, белой глади и цветного тамбура. Одна из старейших мастериц фабрики возродила забытую традицию лицевого шитья, и теперь использует эту технику для создания икон».

Нижегородская вышивка имеет общие корни с городецкой и борской. Манеры шитья в рамках «куста» перекликаются, основное отличие – в характере рисунка. Нижегородская традиция закладывалась в городе, и потому оказалась более демократичной, легче адаптировалась к новым условиям и предпочтениям современных

МОДНИЦ.



Воплощением идеи художника на ткани занимаются вышивальщицы. Обучение девушек сегодня проходит на фабрике. Овладеть азами художественного шитья можно за три месяца, но, чтобы стать настоящей мастерицей, нужно заниматься вышивкой не меньше года и очень любить свою работу. Средний заработок вышивальщицы в Нижнем Новгороде – около 7500 руб. Современные рукодельницы трудятся не вручную, а с применением швейных машин различных классов и марок.

Несмотря на помощь техники, над сложным и большим по площади узором приходится работать по несколько недель и даже месяцев. «Для того, чтобы вышить лик святого, нужно не менее двух месяцев, - говорит Татьяна Демаева. – Пончо «Волжский напев» у нас на фабрике расшивали более 100 часов – это одной вышивальщице примерно на 15 дней работы. На салфетку уходит не более получаса».

Основной спрос на вышивку приходится на весенне-летний период. В преддверии Нового года изделия с новогодней и рождественской символикой покупают в подарок. Платки и косынки пользуются спросом перед церковными праздниками (Рождеством, Пасхой, Троицей). «Сегодня нижегородцы стали бережнее относиться к традициям, чаще ходят в церковь, поэтому платок есть в запасе почти у каждой женщины. Многие покупают не один платок на все случаи жизни, а выбирают белый или голубой к Рождеству, красный к Пасхе, девочкам берут косынки из хлопчатобумажных тканей», - рассказывает Татьяна Демаева.

Тем не менее, одежда с народными орнаментами не пользуется большой популярностью у нижегородцев. По словам Татьяны Демаевой, клиентов можно поделить на тех, кто вышивку любит, и на всех прочих, кто не принимает таких украшений в одежде. Не способствует развитию любви к национальным узорам и негибкая ценовая политика магазинов. На вещи, которые в силу трудоемкости работы и без того стоят недешево, делается наценка не менее 50%. «Допустим, шаль стоит 35 тыс. руб. На эти деньги мы могли бы закупить ткани, фурнитуру, но они оказываются «замороженными», потому что изделие не продается. Мы вынуждены забирать такую продукцию из магазинов и продавать самостоятельно, с минимальной наценкой в 5-15%, - рассказывает Татьяна Демаева. – Условия на рынке жесткие, и «выжить» только за счет вышивки предприятию вряд ли возможно. Параллельно с художественной вышивкой мы занимаемся пошивом женской одежды больших размеров (с 60 по 74). Благодаря этому направлению деятельности фабрика остается рентабельной».

Впрочем, правительство не обходит вниманием народные промыслы: усилиями Министерства поддержки и развития малого предпринимательства Нижегородской области проходят выставки («Покупай нижегородское», «Нижегородский край – Земля

Серафима Саровского» и др.), где производители изделий в русском стиле могут представить свою продукцию потребителям, а нижегородцы – по-новому взглянуть на родную культуру.