

FASHION-TOURISM FOREIGN PRACTICE

ЗАРУБЕЖНАЯ ПРАКТИКА FASHION –ТУРИЗМА

Ibrisheva S.S. / Ибришева С.С.

Student / Студентка

Крымский Федеральный Университет им. В.И. Вернадского,
Симферополь, проспект Академика Вернадского 4, 295007

V.I. Vernadsky Crimean Federal University,

Simferopol, Academic Vernadsky Avenue 4, 295007

Аннотация. В статье рассматривается влияние модных показов на развитие бизнес - туров в области fashion – индустрии. Представлены экономические данные о доходах стран от проведения недель моды. Даны рекомендации по развитию и поддержке недели моды в России.

Ключевые слова: событийный туризм, неделя моды, fashion –индустрия

Событийный туризм – это вид туризма, при котором туристические поездки приурочены к каким - либо определенным событиям или мероприятиям. Поводом для туристических поездок могут быть самые разные события из области спорта, культуры, бизнеса, светской и политической жизни [1]. Выделяют различные направления событийного туризма: экономические форумы, спортивные события, народные праздники, цветочные фестивали, кинофестивали и др.

Модные показы занимают важное место в развитии событийного туризма. В fashion – индустрии главным событием является неделя моды, которая проходит раз в полгода и представляет всеобщему вниманию сезонные коллекции от ведущих брендов со всего мира. Первыми начинают неделю моды Нью-Йорк, Лондон, Париж и Милан как главные мировые столицы моды. История модных показов началась с середины 1860 г., когда французский дизайнер Чарльз Фредерик Уорт (англ., Charles Frederick Worth) провел первый показ одежды, а его жена, Мари (англ., Marie Augustine Verne), стала первой манекенщицей. Именно Уорт первым стал использовать для показа новых моделей не деревянные бюсты, а модные показы, на которых молодые дамы демонстрировали созданные им наряды.

В настоящее время неделя моды одно из важнейших событий страны и ценится наравне с экономическим форумом, например, экономике Франции мода приносит больше, чем автомобильная и авиационная промышленность, -

последнее исследование показало, что ежегодный оборот ее fashion-индустрии оценивается в 150 млрд. евро (включая косвенное влияние сектора - логистику, рекламу), а также формирует примерно 2,7% ВВП страны. Стоит учесть, что 33 млрд. евро при этом приходится на экспорт. Поэтому Paris Fashion Week (PFW) – это значимое событие для Франции. Проведение PFW приносит около 1,2 млрд. евро в год: 440 млн. евро - это оборот самого мероприятия и 725 млн. - доходы местного бизнеса во время его проведения. Каждый год в рамках PFW проводится около 300 дефиле, причем примерно половина брендов-участников - иностранные, то есть Франция в этом плане является экспортером услуг [2].

Пригласительные на неделю моды в зарубежных странах высылаются лично редакторам, фотографам и стилистам, билеты в продажу не поступают. В России посетить данное мероприятие проще, поскольку билеты продаются официально на сайте.

Для посещения недели моды в главных зарубежных столицах мира можно воспользоваться услугами туроператора. Американский туроператор ABG tours разрабатывает туры длительностью 8 дней для посещения модных показов, тур позволит находиться в первых рядах на показах современных мастеров моды, стоимость одного показа варьируется от 700 до 7000 долларов в зависимости от дизайнера и сопутствующих сервисов [3].

Также можно воспользоваться услугами российской компании Innovation Camp, которая предлагает целый спектр услуг не только для посещения, но и обучения модельному бизнесу и продвижению собственных идей. Компания создает специальные бизнес – туры «Fashion Business Prof», в рамках которых можно посетить недели моды в Нью – Йорке, Лондоне, Париже и Милане, программа New York Fashion Week включает в себя посещение лучших институтов мира в Fashion образовании - Parsons School of Design и Fashion Institute of Technology, возможность поучаствовать во всех этапах fashion-съемки, и затем увидеть эту съемку опубликованную в журнале La Botanical Magazine, посещение показов, презентаций, бэкстейджа в рамках официальной недели моды Нью - Йорка. Длительность тура 7 дней, группа будет состоять

из десяти туристов, двадцать встреч с представителями моды, 30 часов общения с ведущими представителями рынка моды. В 2019 году компания реализовывала бизнес - туры на недели моды, которые проходили с 17 по 23 сентября в Милане, с 24 по 30 сентября в Париже. Стоимость туров варьировалась от 1600 евро, в стоимость входило 4 показа, 10 лекций, 20 встреч, экскурсия по городу, переводчик, фотосессия, менеджмент - сопровождение, проживание и перелет не включены в стоимость [4].

В качестве туристов fashion - туров могут выступать молодые стилисты, которым необходим опыт на зарубежных съемках и показах, дизайнеры одежды, которым тур поможет начать продажи в магазинах и организовать фотосессию в локациях Нью - Йорка. Также тур может быть полезен для владельцев бизнеса, которые смогут изучить новые бизнес проекты и технологии и найти партнеров по бизнесу. Тур будет полезен для всех любителей моды, которые хотят вдохновиться новыми коллекциями на показах и получить консультацию от экспертов fashion бизнеса.

Модные показы важны для экономики стран и развития туризма, к примеру совокупный доход Нью-Йорка за время проведения недели моды составляет более 575 млн. долл. США, данное событие приносит больше прибыли, чем крупнейшие спортивные события США – такие, как U.S. Open и NYC марафон. Число посетителей составляет, как правило, 150 000, доход для бюджета города - 64 млн. долл. США, доход от ресторанного бизнеса – 149 млн. долл. США, доход от гостиничного бизнеса 103 млн. доллара, средние расходы каждого гостя – 2 485 долларов [5].

Для развития данного вида туризма в России и получения столь же колоссальных доходов необходима серьезная государственная поддержка. В частности, необходимо создавать и поддерживать специальные структуры моды, которые будут развивать свои базы дизайнеров и заниматься продвижением молодых модных брендов, также содействовать в финансовой помощи в организации показа мод не только в здании, но и на главных улицах крупных городов, таких как Москва и Санкт-Петербург, украшая подиумы

декорациями, световыми эффектами и др. В результате, можно будет не только улучшить сферу fashion-индустрии в России, но и привлекать иностранных туристов, которые смогут не только посетить показ моды именитых российских дизайнеров, но и восхититься местными достопримечательностями и культурой.

Литература:

1. Донских, С. В. Событийный туризм: учеб. – метод. пособие / С. В. Донских. – Минск : РИПО, 2014. –112 с.
2. Официальный сайт французской федерации кутюрье: La Fédération de la haute couture et de la mode [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fhcm.paris/en/>
3. Сайт американского туроператора American Best Getaways Inc. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://abgtours.ru>
4. Сайт российской компании Innovation Camp [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://innovationcamp.us/>
5. Бизнес статистика / Сайт международной платформы FashionUnited [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fashionunited.ru/>

References:

1. *Donskikh, S. V. Event tourism: textbook. - method. allowance / S.V. Donskikh. –Minsk: RIPO, 2014. –112 p.*
2. *The official website of the French couturier federation: Federation of Fashion and Fashion [Electronic resource]. Access Mode: <https://fhcm.paris/en/>*
3. *Website of the American tour operator American Best Getaways Inc. [Electronic resource]. Access Mode: <https://abgtours.ru>*
4. *Site of the Russian company Innovation Camp [Electronic resource]. Access Mode: <https://innovationcamp.us/>*
5. *Business statistics / Website of the international platform FashionUnited [Electronic resource]. Access Mode: <https://fashionunited.ru/>*

Abstract. *The article discusses the impact of fashion shows on the development of business tours in the field of fashion industry. The economic data on the income of countries from holding fashion weeks is presented. Recommendations on the development and support of fashion week in Russia are given.*

Keywords: *event tourism, fashion week, fashion –industry*

Научный руководитель: канд. геогр. наук, доцент Побирченко В.В.

Статья отправлена: 24.09.2019

Ибришева С.С.