

индустрии и взаимном влиянии различных видов интернет-коммуникаций друг на друга.

Современные стикеры могут быть комическими, милыми, агрессивными, реалистичными и абстрактными. Стилистика стикеров зависит от целевой аудитории и целей создателей. Например, для подростков популярны стикеры с яркими цветами и анимированными персонажами, а для взрослых – более строгие и серьезные изображения.

Современный тренд в использовании стикеров визуально обогащает текстовые сообщения и делает общение более ярким и выразительным. Это особенно актуально в эпоху цифровых коммуникаций, когда люди все больше общаются через мессенджеры и социальные сети. Стикеры помогают улучшить восприятие информации и сделать общение более интересным.

Таким образом, стикерпаки стали неотъемлемой частью современной коммуникации. Анализ появления стикерпаков, стилистики современных стикеров и важности современного тренда в визуальных сообщениях показывает, что они играют значительную роль в современном мире информационных технологий.

#### Список использованных источников

1. История стикеров / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://historyofstickers/lessons/ml473/> – Дата доступа: 01.04.2024.
2. Процесс создания и распространения стикерпаков / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://school-science.ru/15/22/50424> – Дата доступа: 01.04.2024.
3. 6 актуальных тенденций для стикеров / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://shdevrum.ai/post/92b293610d4711ee9c4efad3a2d92a0c/> – Дата доступа: 01.04.2024.
4. Стикер / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> – Дата доступа: 01.04.2024.

УДК 687.016

## АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕВОГО РЫНКА НА ПРИМЕРЕ БРЕНДА FENDI. РАЗРАБОТКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОЙ ОДЕЖДЫ И ЕЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ИСТОРИИ

*Шутова Е.А. студ., Фирсова Ю.Ю. к.т.н., доц.*

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва, Российская Федерация*

Реферат. *Какую роль играет одежда в современном обществе? В наше время одежда стала выполнять не только функции по защите тела от окружающей среды, но и своеобразным социальным отображением действительности. С помощью этого инструмента люди научились отражать свои проблемы и проблемы общества в целом.*

*Возглавляет список глобальных проблем самый значимый и открытый вопрос об экологии. Её отголоски встречаются повсеместно: начиная с очень медленно разлагающейся пластиковой упаковки сока, выпитого за завтраком, и заканчивая разрушением озонового слоя от применения азотных удобрений в сельском хозяйстве.*

Ключевые слова: бренд Fendi, одежда, ассортимент, мода, импортозамещение.

Для того что бы привлечь внимание людей на экологические проблемы, во всем мире и в России утверждены специальные дни и проводятся различные форумы, практические конференции и премии. Наиболее ярко на фоне разнообразных вопросов экологии в России выделяется тема леса, как одного из самых больших ресурсов страны.

Второе место по значимости занимает культура. В любой стране история, языки и традиции составляют основу всего. Забывая их, мы теряем ценности современного мира.

Все эти перечисленные и поднимаемые вопросы так или иначе отражаются во всех сферах деятельности человека. Не обходят стороной они и модную индустрию. Бренды одежды всё чаще предлагают использовать натуральные и переработанные материалы для того, что бы избежать проблем с вредным воздействием синтетики на организм человека и уменьшить объем

выброшенных на свалку вещей. А дизайнеры продолжают обращаться к культурным кодам различных народов для создания коллекций, поддерживая тем самым ценности и наследие предков.

Рассмотрим компанию Fendi, как одну из ведущих на модном рынке. На протяжении долгих лет, начиная с небольшого бутика в центре Рима, основанного в 1925 году Адель и Эдуардо Фенди, укрепляет приверженность принципам экологической и социальной ответственности.

Взяв на вооружение программу LVMH LIFE (Инициативы LVMH в отношении окружающей среды), компания Fendi стремится предлагать ответственную продукцию. Одним из ярких примеров является капсульная коллекция FF Green Interlace. Знаменитые сумки Peekaboo и Baguette были переосмыслены с использованием переработанного полиэфира и изготовлены с помощью фирменной техники переплетения. Сумки представлены моделями зеленого цвета, который символизирует устойчивое развитие [1].

Еще одной известной инициативой является проект «Рука об руку», в рамках которого компания Fendi предложила итальянским художникам превратить ее знаменитую сумку Baguette в настоящий объект искусства, подчеркнув, что уважение к вневременному ремесленному опыту является основополагающим компонентом экологической ответственности. А витрины магазинов изготавливаются из перерабатываемых – и подлежащих переработке – материалов, таких как пена из сахарного тростника и кожаная стружка [1].

Опираясь на данные об ассортименте, стиле, сезоне, силуэте, материалах и цветовой гамме бренда, разработаны матрицы, отражающие видимые изменения за последние три десятилетия.

На рисунке 1 представлена ассортиментная матрица бренда Fendi. В качестве основных изделий выбраны пальто, брючный костюм, платье и костюм с юбкой, как наиболее отражающие ДНК данной компании



Рисунок 1 – Ассортиментные матрицы одежды бренда Fendi:  
а – 2000-е гг., б – 2010гг., в – 2020-е гг.

В 2000-е форма построена на контрасте мягких и женственных простых форм, создаваемых струящимися полупрозрачными материалами, и жесткими прилегающими силуэтами костюмов, придерживаясь классического и романтического стилей. Преобладает длина до линии колен и до щиколотки.

В 2010-е общая форма изменяется в сторону более жестких прямых и трапецевидных силуэтов умеренного объема со сложными элементами, длина по-прежнему остается до колен. Появляется длина выше колен.

В 2020-е форма становится более объемной и уходит в сторону прямых и простых силуэтов. Классический стиль, присущий бренду с самого его основания, смешивается со спортивным. Длина изделий уходит до середины голени и до пола. Появляется многослойность. В целом для бренда идет соединение этнических тенденций 2000-х с современными трендами. А так же применение различных идей, отсылающих к теме экологии [2].

Используя данные исследования маркетинговой политики бренда Fendi, была разработана концепция авторской коллекции женской одежды, а также маркетинговая история в качестве анонса ее появления на рынке (рис. 2). В качестве маркетингового хода предлагается разработать коллекцию из натуральных материалов с акцентом в виде внедрения нетканого волокна «тапы», сырьем для которого служит луб бумажной шелковицы.

Играя важную роль в традиционной культуре народов Океании и являясь натуральным продуктом, данный материал будет отвечать основным трендам на экологичность, натуральность

и сохранение культурного кода. Так как данный материал является не устойчивым к действию влаги, то предлагается использовать его в аксессуарах, таких как сумки и пояса. А также в съемных отделочных элементах, например, клапаны накладных карманов, или верхних декоративных юбок.



Рисунок 2 – Карта материалов и фрагмент эскизного ряда авторской коллекции женской одежды, разработанной на базе исследования бренда Fendi [3, 4].  
Автор – Шутова Екатерина

В качестве цветовой гаммы останутся природные оттенки коричневого и бежевого в сочетании с травянистым зеленым цветом, как одного из трендов.

Использование принта на «тапе» является одной из важных отличительных особенностей данного материала. Соединя исторический сложившийся способ нанесения рисунка и тренд на звериный принт, предлагается наносить узор в виде структуры древесины, напоминающей текстуру змеиной кожи и отсылающей к способу получения материала, и логотипа бренда ручным способом при помощи штампов.

#### Список использованных источников

1. История бренда / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fendi.com/ru-ru/cm/inside-fendi/about-fendi/the-history-of-fendi>. – Дата доступа: 01.04.2024.
2. Инкина, Ан. К., Фирсова, Ю. Ю. Образ костюма в аспекте эстетической культуры общества: Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции в рамках Всероссийского форума молодых исследователей. «ДИСК-2023. Дизайн и искусство – стратегия проектной культуры XXI века» – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2023. – С. 89–91.
3. Осадчая, Е. Е., Фирсова, Ю. Ю. Технические приемы передачи образа в художественном эскизировании костюма: конференции Инновации и технологии к развитию теории современной моды, «Мода (Материалы. Одежда. Дизайн. Аксессуары)», посвящённая Фёдору Максимовичу Пармону. Сборник материалов II Международной научно-практической конференции, – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2022. – С. 336–338.
4. Семченко, В. А., Фирсова, Ю. Ю. Экспрессия и темперамент в художественном эскизе: Сборник материалов III Международной научно-практической конференции, посвящённой Фёдору Максимовичу Пармону. Инновации и технологии к развитию теории современной моды, «МОДА (Материалы. Одежда. Дизайн. Аксессуары)» – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2023. – С. 137–140.