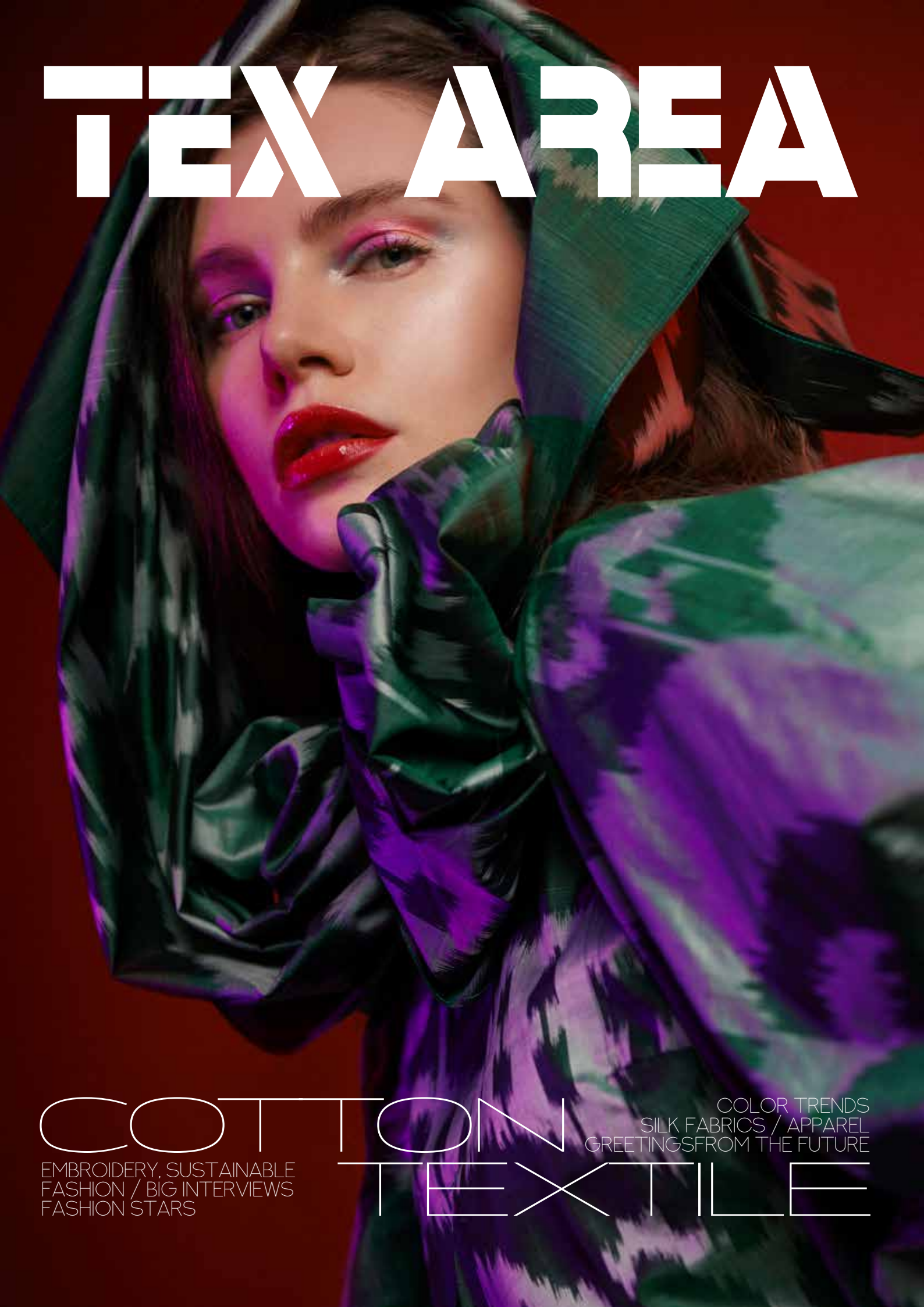
TEX AREA



COTTON TEXTILE

EMBROIDERY, SUSTAINABLE
FASHION / BIG INTERVIEWS
FASHION STARS

COLOR TRENDS
SILK FABRICS / APPAREL
GREETINGSFROM THE FUTURE

ПЕРВАЯ ПЛАТФОРМА МОДЫ В УЗБЕКИСТАНЕ

FIRST FASHION PLATFORM IN UZBEKISTAN

TEXAREA.COM



Множество талантливых дизайнеров активно ведут свою деятельность в Узбекистане, создавая яркие и неповторимые коллекции, участвуя в различных показах на родине и за рубежом. В целях их продвижения, команда WTMA создала единую площадку, которая включает в себя коллекции дизайнеров Узбекистана. Кроме того, там можно ознакомиться с работами талантливых моделей. Команда WTMA также опубликовала в разделе «История» коллекции 70-80-х годов для тех, кто ностальгирует по тем временам. В целом площадка дает представление о том, на каком уровне находится узбекская индустрия моды в настоящее время. На платформе также представлен раздел «Подиум», где опубликованы фотоматериалы об отечественных дизайнерах, участвовавших в показах мод за рубежом.

A lot of talented designers are actively working in Uzbekistan, creating bright and unique collections, participating in various shows at home and abroad. In order to promote them, the WTMA team has created a single platform that includes collections of Uzbek designers. In addition, there you can see the works of talented models. The WTMA team has also published collections from the 70s and 80s in the History section for those who are nostalgic for those times. In general, the platform gives an idea of the level at which the Uzbek fashion industry is at the moment. The platform also features the "Runway" section, where photographs of local designers who participated in fashion shows abroad are published.

Model: Nigina Ruzibaeva

ПРЕИМУЩЕСТВА TEXAREA.COM

1. DIGITAL VERSION OF THE TEX AREA CATALOG

ЭЛЕКТРОННАЯ ВЕРСИЯ КАТАЛОГА TEX AREA

2. THE ONLY DIGITAL PLATFORM FOR FASHION DESIGNERS IN UZBEKISTAN

ЕДИНСТВЕННАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ ПЛОЩАДКА ФЕШН-ДИЗАЙНЕРОВ УЗБЕКИСТАНА

СОДЕЙСТВИЕ ПРИЗНАНИЮ БРЕНДА И ПОВЫШЕНИЮ ЕГО УЗНАВАЕМОСТИ

3. PROMOTING BRAND RECOGNITION AND INCREASING BRAND AWARENESS



BENEFITS OF TEXAREA.COM

4. HISTORY AND POTENTIAL OF THE UZBEK FASHION INDUSTRY

ИСТОРИЯ И ПОТЕНЦИАЛ УЗБЕКСКОЙ ФЕШН-ИНДУСТРИИ

5. PROMOTION OF DESIGNERS AND MODELS

ПРОДВИЖЕНИЕ ДИЗАЙНЕРОВ И МОДЕЛЕЙ

СОВМЕСТНЫЕ ФЕШН-ПРОЕКТЫ

6. JOINT FASHION PROJECTS

7. ATTRACTING FASHION RETAILERS

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ФЕШН-РИТЕЙЛЕРОВ

Перед вами второй номер каталога Tex Area, лишь взглянув на первые страницы которого, вы погрузитесь в завораживающую атмосферу текстиля и моды.

Tex Area является специализированным изданием, поскольку посвящено отдельной отрасли - легкой промышленности. Оно включает в себя маркетинговый обзор мирового рынка хлопка, текстильной продукции, логистики, а также статьи, посвященные модной индустрии.

В своем втором выпуске команда WTMA публикует аналитические материалы, посвященные производству, экспорту, импорту хлопка и готовых изделий. В каталоге вы найдете много интересных фактов о трикотажной и чулочно-носочной продукции, о цветовых трендах, справочник по главным терминам устойчивой моды.

Кроме того, мы опубликовали работы многих топовых дизайнеров Узбекистана и интервью с ними, а также рассказали о диджитал-моделях, которые постепенно завоевывают фешн-индустрию.

Мы надеемся, что наши статьи и интервью будут интересны руководителям текстильных фабрик, специалистам легкой промышленности, маркетологам в области текстиля и фешн-бизнеса, дизайнерам одежды, студентам текстильных учебных заведений, а также обычному читателю.

Помимо проекта Tex Area, WTMA занимается созданием и продвижением веб-сайтов, брендингом, SMM, индивидуальным подбором международных выставок, изучением зарубежных рынков по странам и экспортом продукции.

Учитывая сложившуюся ситуацию, связанную с пандемией, команда WTMA запустила веб-сайт texarea.com, где вы можете скачать каждый выпуск.

С нами Ваши возможности не ограничены, даже в период пандемии!

WTMA welcomes you to our second edition of Tex Area catalog, just glancing at the first pages of it you will immerse into the mesmerizing atmosphere of textiles and fashion.

Tex Area is a specialized edition as it is dedicated to the light industry. This catalog includes a marketing review of the global market of cotton, textile products, logistics, as well as analytical articles about the fashion industry.

In the second edition, the WTMA team publishes analytical materials on production, export and import of cotton and finished products. You will find many interesting facts about knitwear and hosiery, color trends, a guide to the main terms of sustainable fashion.

In addition, we published works of many top designers in Uzbekistan and interviews with them, as well as elaborated on digital models which are gradually conquering the fashion industry.

Our articles and research are intended for a wide range of readers, including textile factory managers, light industry specialists, textile and fashion business marketers, clothing designers, students of textile faculties, as well as the general reader.

In addition to the Tex Area project, the agency specializes in digital marketing and web development, branding, SMM, customized selection of international exhibitions, international market research, and export of products.

Given the current pandemic situation, the WTMA team launched texarea.com where you can download each edition.

Your opportunities are not limited with us, even during a pandemic!

Мост между Италией и Узбекистаном
Bridge between Italy and Uzbekistan **10**

Мировое производство хлопка
World Cotton Production **12**

Covid-19 и заботы потребителей в Италии.
Covid-19 Consumer concerns in Italy **26**

Королевский комплекс Сан-Леучо - дом шелка и равенства
The Royal Complex of San Leucio is the home of silk and equality **30**

10 интересных фактов о носках
10 interesting facts about socks **36**

Влияние Brexit на текстильную и модную индустрию Великобритании
Impact of Brexit on the textile and fashion industry in the UK **42**

Домашний текстиль
Home Textiles **46**

Интересные факты о пижамах
Interesting facts about pajamas **50**

Мировой рынок одежды
World Clothing Market **52**



История Навбахор Будо
Navbakhor Budot's Story **60**

Глобальные цветовые тендеции
Global Color Trends **66**

Факты о футболках, свитшотах и худи
Facts about t-shirts, sweatshirts and hoodies **68**

Мастер золотого шитья
Gold Embroidery **78**

Красота спасет мир
Beauty will save the world **80**

Moel Bosh: философия устойчивости
Moel Bosh: A philosophy of sustainability **86**

Статистика моды
Fashion Statistics **94**

Мархамат Умарова: Уважение к традициям и гармония с настоящим
Markhamat Umarova: Respect for tradition and harmony with the present **98**

Устойчивая мода - спасение экологии
Sustainable fashion saves the environment **108**

Мир глазами принтмейкера
The world through the eyes of a Printmaker **115**

Привет из будущего
Greetings from the Future **118**

Основатель/Founder
Shamsiddin Yokubov

Менеджер по рекламе и распространению/ Advertising and Distribution Manager
Mirjalol Norkulov
Редактор/Editor
Tamara Yakubova

Исполнитель проекта/ Project Executor
Rahmatjon Yunusov
Дизайнер/Designer
Abzal Sobitov

По вопросам рекламы и сотрудничества обращайтесь:
+998 90 9256235
+998 97 0077096

На обложке
Одежда: **Moel Bosh**
Модель: **Viktoria Maxim**
Мейк ап: **Kambekova Elmira**
Фотограф: **Liliya Nasirova**

ОСНОВНЫЕ УСЛУГИ WTMA:

BASIC WTMA SERVICES:



СОЗДАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ ВЕБ-САЙТОВ

CREATION AND PROMOTION OF WEBSITES



SMM



ИЗУЧЕНИЕ ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКОВ

STUDY OF FOREIGN MARKETS



БРЕНДИНГ

BRANDING



ЭКСПОРТ ПРОДУКЦИИ

EXPORT OF PRODUCTS



БИЗНЕС-ТУР

BUSINESS-TOUR



WORLD TEXTILE MARKETING AGENCY ЯВЛЯЕТСЯ ЛИДЕРОМ В СФЕРЕ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ, ЗАНИМАЕТСЯ ПРОДВИЖЕНИЕМ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ТЕКСТИЛЬНОЙ И ШВЕЙНО-ТРИКОТАЖНОЙ ПРОДУКЦИИ ЗА РУБЕЖОМ.

WORLD TEXTILE MARKETING AGENCY, WHICH IS A LEADER IN THE FIELD OF LIGHT INDUSTRY SPECIALIZES IN PROMOTION OF TEXTILE AND RMG PRODUCTS ABROAD.

ВСЕ ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ И ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ. ОРГАНИЗАЦИЯ ОЗНАКОМИТЕЛЬНЫХ ВИЗИТОВ ПО РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН НА ПРЕДПРИЯТИЯ ОТРАСЛИ ПО СОГЛАСОВАННОЙ ПРОГРАММЕ.

ALL FOR BUYERS AND PRODUCERS ARRANGEMENTS OF VISITS TO INDUSTRY ENTERPRISES ACCORDING TO AN AGREED PROGRAM IN THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN.





WTMA

World Textile Marketing Agency

Республика Узбекистан, г.Ташкент, ул.Бабура 30
Republic of Uzbekistan, Tashkent, Babur St. 30
wtma.uz
texarea.com
info@wtma.uz
+998909256235

МАРГАРИТА УРМАНЦЕВА, АВТОР

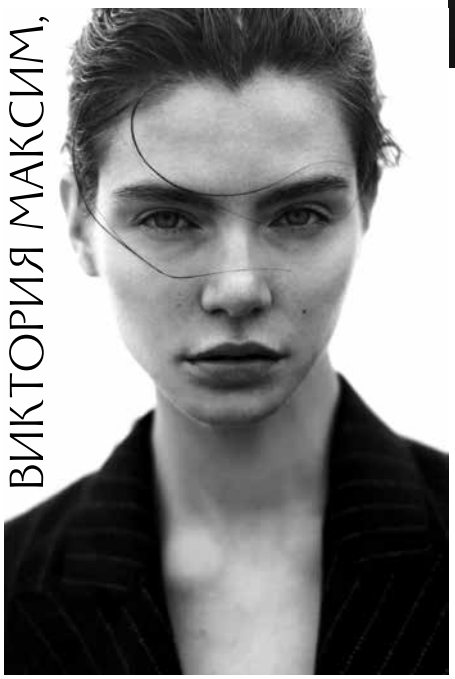


В эпоху быстрой информации мне особенно ценны истории о людях и размышления о них. Истории, события, открытия и действия от первого лица.

Margarita Urmantseva, author

In the era of fast information, stories about people and reflections are especially valuable to me. Stories, events, discoveries and first-person action.

ВИКТОРИЯ МАКСИМ, МОДЕЛЬ



Советы:

1. Очень важно перед съемкой выспаться, тогда лицо будет свежим, настроение - хорошим, тело - бодрым, и вы будете готовы к созданию великолепных образов!

2. Позаботьтесь о ваших губах. Блеск для губ очень хорошо смотрится в кадре. Если необходимо воспользоваться губной помадой, то заранее подберите тон помады к вашим костюмам.

Victoria Maxim, model

Advice:

1. It is very important to get enough sleep before shooting, so that you can have a fresh face, good mood, vigorous body, and you will be ready to create great images!

2. Take care of your lips. Lip gloss looks very good in the frame. If you need to use lipstick, then match the lipstick tone to your costume in advance.

ЛИЛИЯ НАСЫРОВА, ФОТОГРАФ

О нашей съемке: Цвет и Свет. Наше отношение к цвету - это совокупность ассоциаций и традиций, которые формировались на протяжении многих лет. Мы окружены настоящим буйством красок, мы знаем огромное количество цветов и различаем десятки оттенков. Это мини-история для обложки каталога про свет и цвет.

Liliya Nasirova, photographer

About our shooting: Color and Light. Our attitude to color is a collection of associations and traditions that have been formed over the years. We are surrounded by a real riot of colors, we know a huge number of colors and distinguish dozens of shades. This is a mini story for a catalogue cover about light and color.



КАМБЕКОВА ЭЛЬМИРА, ВИЗАЖИСТ



Представьте себе, что макияж - это то, что ежедневно придает вам силу, уверенность, поддерживает вас и открывает все двери!

Каждый день, нанося макияж, вы выбираете, какой образ примерить на себя сегодня! Возможно, это будет идеальный нюд, а может, яркая помада цвета фуксии, или черные стрелки у глаз, или вовсе нечто суперэпатажное!

Сила макияжа в том, что вы можете примерить на себя любой образ, или найти свой неповторимый уникальный стиль, и это будет вашей стильной фишкой.

Не бойтесь экспериментов, вырабатывайте у себя хороший вкус и помните: чтобы быть по настоящему красивой, вы должны прежде всего светиться изнутри, а потом уже украшать себя снаружи.

Kambekova Elmira, makeup artist

Imagine that makeup is something that gives you strength, confidence, supports you and opens all doors on a daily basis!

Every day, when applying makeup, you choose an image to try on for yourself today! Perhaps it will be perfect nude, or maybe bright fuchsia lipstick, or black arrows near the eyes, or even something super-epic!

The power of makeup is that you can try on any look, or find your own unique style, and this will be your stylish chip.

Do not be afraid to experiment, develop good taste in yourself and remember: in order to be truly beautiful, you must first of all glow from the inside, and then decorate yourself outside.

ИЛЬДАР САДЫКОВ, ЖАНРОВЫЙ- И СТРИТ-ФОТОГРАФ

Стиль: в основном черно-белая фотография, любит экспериментировать, не следует шаблонам. Визитная карточка - необычные композиции, свет и тени.

Член Союза фотохудожников Российской Федерации, сотрудничает с зарубежными информационными агентствами, благотворительными фондами.

Съемка творческого процесса создания эскизов и модной одежды будущей коллекции проходила в мастерской Мархаматхон Умаровой.



Ildar Sadykov, genre and street photographer

Style: mainly black and white photography, likes to experiment, does not follow patterns. The calling card is unusual compositions, light and shadow.

Member of the Union of Photographers of the Russian Federation, cooperates with foreign news agencies, charitable foundations.

The shooting of the creative process of creating sketches and fashionable clothes for the future collection took place in the studio of Markhamatkhon Umarova.

МОСТ МЕЖДУ ИТАЛИЕЙ И УЗБЕКИСТАНОМ

Если меня спросят, есть ли «мост», соединяющий Италию с Узбекистаном, я отвечу, что этот мост действительно существует и является моим городом - Казертой! Здесь с 2012 года в регионах Кампания и Молизе находится Почетное консульство Республики Узбекистан. В последние годы, будучи Почетным консулом Узбекистана, я с Посольством Узбекистана задействовал ресурсы своей территории для осуществления деятельности по сотрудничеству между двумя странами в различных сферах. В сентябре 2019 года мэры Шахрисабза и Казерты подписали Соглашение о дружбе и сотрудничестве. Документ, подписанный в городе Тамерлана, затем был доставлен послом Отабеком Акбаровым и вручен во время церемонии в очаровательной средневековой деревне Казертавеккья, являющейся национальным памятником. Университет Кампании «Луиджи Ванвителли» очень активен: три года назад архитектурный факультет, благодаря профессору Йоланде Каприглионе, президенту Центра ЮНЕСКО в Казерте, провел мастер-классы в разных городах Узбекистана, а факультет политологии Jean Monnet провел вебинары по туризму. В области искусства музейный комплекс Кампании сотрудничает с Министерством культуры Узбекистана в сфере реставрации, и различные эксперты из моего региона читали лекции в Ташкенте. В 2017 году известный узбекский художник Турсунали Кузиев принял участие в Биеннале современного искусства в комплексе San Leucio Belvedere. Государственный гостиничный институт «Феррарис» в

If I am asked if there is a «bridge» connecting Italy with Uzbekistan, I will answer that this bridge really exists and it is my city - Caserta!

Since 2012, the Honorary Consulate of the Republic of Uzbekistan for the Campania and Molise regions has been based in this city. In recent years, as the Honorary Consul of Uzbekistan, I, with the Embassy of Uzbekistan, used the resources of my territory to carry out activities for cooperation between two countries in various fields. In September 2019, the mayors of Shakhrisabz and Caserta signed an Agreement on Friendship and Cooperation. The document, signed in the city of Tamerlane, was then delivered by Ambassador Otabek Akbarov and presented during a ceremony in the charming medieval village of Casertavecchia, a national monument. The University of Campania «Luigi Vanvitelli is very active: three years ago the Faculty of Architecture, thanks to prof. Jolanda Capriglione, president of the UNESCO Center of Caserta, held Master classes in various Uzbek cities, while the Faculty of Political Science «Jean Monnet» held webinars on tourism. In the field of art, the Campania museum complex cooperates with the Ministry of Culture of Uzbekistan in the field of restoration, and various experts from my region have lectured in Tashkent. In 2017, the famous Uzbek artist



Витторио Джорджи
Почетный консул Республики Узбекистан, президент Итальянской федерации кураша и традиционной борьбы

Vittorio Giorgi
Honorary Consul of the Republic of Uzbekistan, President of the Italian Federation of Kurash and Traditional Wrestling



BRIDGE BETWEEN ITALY AND UZBEKISTAN



Казерте организовал четыре выпуска «Недели итальянской кухни в Ташкенте» и 25 марта 2021 года вместе с Государственным техническим институтом «Буонарроти» в Казерте подписали Меморандум о взаимопонимании с Шахрисабзом и Зааминским колледжом туризма при Институте развития туризма Узбекистана. Трое талантливых учеников Государственной художественной школы «Сан Леучо» приняли участие в международном конкурсе «XII Биеннале детского творчества 2020» в Ташкенте. Узбекистан постоянно участвует в Средиземноморской туристической бирже Неаполя - главной международной туристической ярмарке в центральной и южной Италии. Если говорить о музыкальной сфере, то нужно упомянуть сопрано Терезу Спарако, которая дала концерты и мастер-классы в Ташкенте, а группа Nantiscia приняла участие в замечательном фестивале «Шарк тароналари» в Самарканде. Что касается спортивного сектора, то в 2014 году я основал Итальянскую федерацию кураша в Казерте, чтобы продвигать узбекский национальный вид спорта в Италии, который теперь стал международным видом спорта: итальянская команда ежегодно участвует в международных соревнованиях по курашу. В 2020 году Итальянская федерация дзюдо, карате и боевых искусств (FIJLKAM) подписала соглашение о сотрудничестве с Федерацией дзюдо Узбекистана. В великолепном Королевском дворце в Казерте, который ежегодно принимает полмиллиона посетителей, в одном из его 1200 залов, посвященном Александру Великому, вы можете полюбоваться фреской, изображающей сцену свадьбы между македонским царем и Роксаной - дочерью бактрийского вельможи Оксиарта. Так что это действительно правда, что Казерта - мост между жемчужиной Средиземноморья и жемчужиной Центральной Азии. Я хочу выразить искреннюю благодарность господину Шамсиддину Якубову, основателю «TEX AREA», за предоставленную мне возможность рассказать о моей деятельности в качестве Консула на страницах этого интересного журнала о текстильной отрасли, который со временем станет эффективным каналом связи между узбекскими и итальянскими предпринимателями.

Tursunali Kuziev took part in the Biennale of Contemporary Art in the San Leucio Belvedere complex. The «Ferraris» State Hotel Institute of Caserta organized four editions of the «Week of Italian Cuisine in Tashkent» and, on March 25, 2021, together with the «Buonarroti» State Technical Institute of Caserta, signed a Memorandum of Understanding with Shakhrisabz and Zamin College of Tourism, through the Tourism Development Institute of Uzbekistan. Three talented students of the State Art School «San Leucio» took part in the international competition «XII Biennale of Children's Creativity 2020» in Tashkent. Uzbekistan regularly participates in the Naples Mediterranean Tourism Exchange - the main international tourism fair in central and southern Italy. If we talk about the musical sphere, then we should mention the soprano Teresa Sparaco, who gave concerts and master classes in Tashkent, and the Nantiscia group took part in the wonderful Sharq Taronalari festival in Samarkand. In the sports sector, in 2014 I founded the Italian Kurash Federation in Caserta to promote the Uzbek national sport in Italy, which has now become an international sport: the Italian team competes annually in international kurash competitions. In 2020, the Italian Federation of Judo, Karate and Martial Arts (FIJLKAM) signed a cooperation agreement with the Judo Federation of Uzbekistan. In the magnificent Royal Palace in Caserta, which receives half a million visitors annually, in one of its 1200 rooms dedicated to Alexander the Great, you can admire a fresco depicting a wedding scene between the Macedonian king and Roxanne, the daughter of the Bactrian nobleman Oxyartes. So, it is really true that Caserta is a bridge between the pearl of the Mediterranean and the pearl of Central Asia. I would like to express my sincere gratitude to Mr. Shamsiddin Yakubov, founder of TEX AREA, for giving me the opportunity to tell about my activities as a Consul on the pages of this interesting magazine about the textile industry, which will eventually become an effective channel of communication between Uzbek and Italian entrepreneurs.

ЭКСПОРТ И ИМПОРТ

МИРОВОЕ ПРОИЗВОДСТВО ХЛОПКА

WORLD COTTON PRODUCTION

EXPORT AND IMPORT



Мировое производство хлопка

World Cotton Production

million metric tons

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21 March	2020/21 April
China	5.0	6.0	6.0	5.9	6.3	6.3
India	5.9	6.3	5.6	6.4	6.3	6.3
United States	3.7	4.6	4.0	4.3	3.2	3.2
Brazil	1.5	2.0	2.8	3.0	2.5	2.5
Pakistan	1.7	1.8	1.7	1.3	1.0	1.0
Uzbekistan	0.8	0.8	0.7	0.8	0.8	0.8
Turkey	0.7	0.9	0.8	0.8	0.6	0.6
Australia	0.9	1.0	0.5	0.1	0.6	0.5
Greece	0.2	0.3	0.3	0.4	0.3	0.3
Benin	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3
Mexico	0.2	0.3	0.4	0.3	0.2	0.2
Cote d'Ivoire	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Turkmenistan	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2
Rest of World	2.1	2.3	2.3	2.5	2.1	2.1
African Franc Zone	1.1	1.1	1.1	1.2	1.0	1.0
EU-27	0.3	0.3	0.4	0.4	0.4	0.4
World	23.2	27.0	25.8	26.6	24.7	24.6



Мировой экспорт хлопка

World Cotton Exports

million metric tons

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21 March	2020/21 April
United States	3.2	3.5	3.2	3.4	3.4	3.4
Brazil	0.6	0.9	1.3	1.9	2.2	2.3
India	1.0	1.1	0.8	0.7	1.2	1.2
Australia	0.8	0.9	0.8	0.3	0.3	0.3
Greece	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3
Benin	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3
Cote d'Ivoire	0.1	0.1	0.2	0.1	0.2	0.2
Burkina	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2
Mali	0.2	0.3	0.3	0.3	0.1	0.1
Cameroon	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Argentina	0.1	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1
Sudan	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Tajikistan	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Rest of World	1.3	1.2	1.3	1.2	1.0	1.1
African Franc Zone	1.0	1.1	1.1	1.0	1.0	1.0
EU-27	0.3	0.3	0.4	0.4	0.4	0.4
World	8.3	9.1	9.1	9.0	9.7	9.9

Мировое потребление хлопка
World Cotton Consumption

million metric tons

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21 March	2020/21 April
China	8.4	8.9	8.6	7.2	8.6	8.7
India	5.3	5.3	5.3	4.4	5.3	5.3
Pakistan	2.2	2.4	2.3	2.0	2.2	2.2
Bangladesh	1.5	1.6	1.6	1.5	1.6	1.7
Turkey	1.4	1.6	1.5	1.4	1.6	1.6
Vietnam	1.2	1.4	1.5	1.4	1.5	1.5
Uzbekistan	0.4	0.5	0.6	0.7	0.7	0.7
Brazil	0.7	0.7	0.7	0.6	0.7	0.7
Indonesia	0.7	0.8	0.7	0.5	0.6	0.5
United States	0.7	0.7	0.6	0.5	0.5	0.5
Mexico	0.4	0.4	0.4	0.3	0.3	0.4
Turkmenistan	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Thailand	0.3	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1
Rest of World	1.9	1.9	1.9	1.6	1.7	1.6
African Franc Zone	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
EU-27	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1
World Total	25.3	26.8	26.2	22.4	25.6	25.7



Первый зарегистрированный сбор урожая хлопка в США произошел в 1556 году во Флориде.

The first recorded cotton harvest in the United States took place in 1556 in Florida.

Мировой импорт хлопка
World Cotton Import

million metric tons

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21 March	2020/21 April
China	1.1	1.2	2.1	1.6	2.4	2.6
Bangladesh	1.5	1.7	1.5	1.6	1.6	1.6
Vietnam	1.2	1.5	1.5	1.4	1.5	1.5
Pakistan	0.5	0.7	0.6	0.9	1.1	1.2
Turkey	0.8	1.0	0.8	1.0	1.0	1.0
Indonesia	0.7	0.8	0.7	0.5	0.5	0.5
Malaysia	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Mexico	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	0.2
India	0.6	0.4	0.4	0.5	0.2	0.2
Egypt	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Thailand	0.3	0.3	0.2	0.2	0.1	0.1
South Korea	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1
Taiwan	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Rest of World	0.7	0.7	0.7	0.3	0.7	0.7
African Franc Zone	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
EU-27	0.2	0.2	0.1	0.	0.1	0.1
World Total	8.2	9.0	9.2	8.9	9.7	9.9



Судя по археологическим находкам, люди начали выращивать хлопок еще в пятом тысячелетии до нашей эры.

Judging by archaeological finds, people began to grow cotton as early as the 5th millennium BC.

US Cotton #2 Futures Historical Data

DATE/ Дата	Price/ Цена	Open/ Открытие	High/ Максимум	Low/ Минимум	Price per kg in USD/ Цена за 1 кг в долларах
Jan 20	67.42	69.31	71.96	67.41	1,48
Feb 20	61.80	67.16	69.04	60.17	1,35
Mar 20	51.14	61.84	65.05	48.85	1,12
Apr 20	57.42	50.81	57.96	48.36	1,26
May 20	57.24	57.38	59.85	53.23	1,25
Jun 20	60.98	57.73	62.32	57.27	1,34
Jul 20	62.74	60.95	64.90	59.53	1,38
Aug 20	65.26	62.62	66.44	62.05	1,43
Sep 20	65.81	65.12	66.93	63.42	1,44
Oct 20	68.98	65.91	72.60	64.87	1,51
Nov 20	72.24	68.62	74.24	68.07	1,58
Dec 20	78.24	72.31	78.37	71.08	1,72
Jan 21	80.61	78.48	83.05	78.40	1,77
Feb 21	89.02	80.72	95.57	79.81	1,95
Mar 21	80.77	89.41	92.77	77.17	1,77
Apr 21	88.34	80.81	91.66	77.68	1,94

BAKAN TEX
THE FUTURE
OF INDUSTRY

BAKAN TEX

БУДУЩЕЕ ИНДУСТРИИ





*Компания World Textile Marketing Agency обратилась к директору компании ООО «BAKAN TEX» **Ботиру Мухитдинову** с просьбой рассказать об истории создания компании, о производстве, а также о планах на будущее.*

*World Textile Marketing Agency requested the director of BAKAN TEX LLC **Botir Mukhitdinov** to tell about the history of the company, production, and future plans.*



Почему вдруг такое название - «Бакан»? Что это означает?

Это турецкое слово очень емкое и имеет много значений. Когда мы называли компанию «Бакан», то имели в виду его в значении «лидер», ассоциируя его с качеством нашей продукции. Наша задача - производить высококачественную пряжу, которая бы ценилась не только в Узбекистане или Центральной Азии, но и во всем мире.

Какие у Вас были ощущения, когда Вас назначали директором Bakan Tex? Как это было?

Компании **Bakan Tex и FT** являются частью **Orient Group. Orient Group** владеет 100% акций данных компаний. Я стоял у истоков **Orient Group**. Поэтому тут все упирается в историю.

Когда компания начала работать, и где она закупает хлопок?

В январе 2018 года компания начала производство пряжи, а в мае того же года 33 единицы оборудования уже работали на полную мощность. А это в месяц 1200 тонн пряжи. Мы покупаем самый высший сорт хлопка в Бухаре, Хорезме, а также в Кашкадарье, и это нам позволяет стабильно иметь продажи. Весь объем пряжи в 2021 году полностью продан.

Why suddenly such a name - "Bakan"? What does this mean?

This Turkish word is very capacious and has many meanings. When we called the company "Bakan", we meant it in the meaning of "leader", associating it with the quality of our products. Our task is to produce high quality yarn, which would be appreciated not only in Uzbekistan or Central Asia, but all over the world.

How did you feel when you were appointed director of Bakan Tex? How was it?

Bakan Tex and FT are part of the Orient Group. Orient Group owns 100% of the shares of these companies. I was at the origin of the Orient Group's development. Therefore, everything here rests on history.

When did the company start operating and where does it buy cotton?

In January 2018, the company started yarn production, and in May of the same year, 33 pieces of equipment were already operating at full capacity. At full capacity reaching 1200 tons of yarn per month. We buy the highest grade of cotton in Bukhara, Khorezm, as well as in Kashkadarya, and this allows us to have stable sales. The entire volume of yarn in 2021 was completely sold.







Сколько рабочих мест создала компания?

С 2018 года в Bakan Tex мы создали 496 рабочих мест, в FT около 300. Мы всегда стремимся создавать все больше рабочих мест. Это один из наших принципов.

Мы знаем, что у Вас работают экспаты. Расскажите немного о них.

Да, вы правы, в Bakan Tex работают пять специалистов из Индии, один из которых является директором производства, второй - начальник лаборатории, третий контролирует электронику, которой снабжено оборудование, еще два специалиста руководят двумя сменами. И один специалист из Турции, который является заместителем генерального директора по производству.

Сколько тонн пряжи компания производит сейчас? Есть ли рост в объемах?

Ежегодно мы выпускаем 14 400 тонн гребенной компактной пряжи Ne30/1 и Ne36/1, то есть 40 тонн пряжи в день. Наше оборудование позволяет работать пока в таких объемах.

Расскажите об оборудовании на фабрике.

Предприятие оснащено европейскими технологиями, такими как Trutzschler, Zinser, Saurer и Schlafhorst. Стоит отметить, что 96% производства автоматизировано. Кроме того, все оборудование подключено к серверу, что позволяет мониторить его и видеть эффективность всей работы. В сервере сохраняется история каждого лотта: из какого региона был закуплен хлопок, какого сорта и т.д.

При сбое оборудования мы просто даем поставщику доступ к нашему серверу, и он верифицирует каждый из них и дает свое заключение.

Какие сертификаты имеет продукция компании?

С 2018 года наша компания имеет сертификат Oeko - Tex Standard 100.

How many jobs has the company created?

Since 2018, we have created 496 jobs in Bakan Tex, about 300 in FT. We always strive to create more and more jobs. This is one of our principles.

We know that you have expats working for you. Tell us a little about them.

Yes, you are right, Bakan Tex employs five specialists from India, one of whom is the director of production, the second person is the head of the laboratory, the third one controls the electronics that the equipment is installed with, and two more specialists manage two shifts. There is one more specialist from Turkey who is the deputy general director for production.

How many tons of yarn does the company produce now? Is there an increase in volume?

We annually produce 14,400 tons of combed compact yarns Ne30/1 and Ne36/1, that is, 40 tons of yarn per day. Our equipment allows us to work in such volumes so far.

Tell us about the equipment in the factory.

The company is equipped with European technologies such as Trutzschler, Zinser, Saurer and Schlafhorst. It should be noted that 96% of production is automated. In addition, all equipment is connected to the server, which allows you to monitor it and see the effectiveness of all work. The server stores the history of each lot: from which region the cotton was purchased, what sort, etc.

In the event of a hardware failure, we simply give the supplier access to our server, and he verifies each of them and gives his opinion.

What certificates does the company's products have?

Since 2018, our company has been awarded the Oeko - Tex Standard 100 certificate.







В какие страны Вы экспортируете?

Мы экспортируем нашу продукцию в Польшу, Македонию, Португалию, Россию, Республику Кыргызстан, Турцию, Пакистан, Китайи Египет, который является для нас новым рынком. Кроме того, у нас имеются представительства в Польше, России, Турции, Китае и Египте.

В каких выставках участвовала компания?

Мы до пандемии ежегодно участвовали в международной выставке «Текстиль легпром» Москве и занимали площадь в 80 кв.м. Нашей задачей было заявить о себе и провести B2B встречи с потенциальными покупателями.

Налажено ли сотрудничество с кластерами?

Да, мы работаем с кластерами: в Бухаре это «WBM ROMITEX», Chiroqchi-Klaster и Amir Tex - в Кашкадарье, WBM Qo'shko'pir Claster - в Хорезмской и АРК Bekabod в Ташкентской областях. Содействуем им в вопросах лабораторной проверки качества.

Принимаете ли Вы студентов на практику?

У нас есть договоренность с Ташкентским институтом текстильной и легкой промышленности. Каждый год мы приглашаем студентов на практику, проводим инструктаж по производству, для этого у нас есть специальный учебный класс. После окончания практики, мы берем их на работу.

Есть ли в планах Bakan Tex установить, к примеру, ткацкую линию? Или производить трикотажное полотно? Либо крашение пряжи?

В наших планах - развивать второе предприятие FT. Увеличить объем производства пневмопрядильной пряжи с 45 до 100 тон в день. Данный проект будет реализован до конца 2022 года.

И последнее, опишите коротко Bakan Tex.

Если в трех словах, то это: качество, стабильность, ответственность.

Which countries do you export to?

We export our products to Poland, Macedonia, Portugal, Russia, the Republic of Kyrgyzstan, Turkey, Pakistan, China and Egypt, which is a new market for us. In addition, we have offices in Poland, Russia, Turkey, China and Egypt.

What exhibitions has the company participated in?

Before the pandemic, we annually participated in the international exhibition Textile Legprom, which occupies an area of 80 square meters in Moscow. Our task was to make ourselves known and conduct B2B meetings with potential buyers.

Is there a cooperation with the clusters?

Yes, we work with the following clusters in Bukhara, these are WBM ROMITEX, Chiroqchi-Klaster and Amir Tex in Kashkadarya, WBM Qo'shko'pir Claster in Khorezm and APK Bekabod in Tashkent regions. We assist them in laboratory quality control issues.

Do you conduct internships for students?

Yes, we have an agreement with the Tashkent Institute of Textile and Light Industry. Every year we invite students to practice, we give instructions on production, for this we have a special training class. At the end of internships, we hire them.

Does Bakan Tex plan to install, for example, a weaving line? Or produce knitted fabric? Or yarn dyeing?

It doesn't. We plan to develop a second FT facility. To increase the production of rotor-spinning yarns from 45 to 100 tons per day. This project will have been implemented by the end of 2022.

And lastly, describe briefly Bakan Tex.

In three words, these are: quality, stability, responsibility.

PAHTAMASH

ООО «PAHTAMASH» - это высокотехнологичное производство оборудования для хлопкоочистительной отрасли, выпускающее **50 наименований машин** и **2000 запасных частей** к ним.



Джин пильный
PAHTAMASH ДП-90, ДП-137, ДП-150

Для отделения волокна от семян средневолокнистых сортов хлопчатника.



Линтер пильный
PAHTAMASH SL-160 и SL-200, 5ЛП

Для первого и второго съемов линта после джинирования в непрерывном технологическом процессе хлопкоочистительных заводов.



Вентилятор центробежный
1ВЦ, ВЦ-10М, ВЦ-12М, Ц7-25-12.8, УВП, УВЦ-22М.

Для работы в системах отсоса воздуха от конденсора батареи волокноочистителей, пневматического транспортирования хлопка-сырца.



Конденсор волокна
PAHTAMASH 8КВ, 5КВ и 1КВУ

Для отделения волокна от транспортирующего воздуха и уплотнения его в непрерывный холст.

+998 71 295 22 22 **+998 90 910 15 00**
+998 98 307 75 88 **+998 99 999 52 52**

г. Ташкент, Бектемирский р-н., ул. Чирчик буйи, д. 13 "А"

www.pahtamash.uz

uz.mahtamash@mail.ru

WTMA
World Textile Marketing Agency

ЦЕНЫ НА ХЛОПОК
ЦЕНЫ НА ТЕКСТИЛЬ



T.ME/WTMA_UZ

10:00

В 10:00 ежедневно команда wtma публикует мировые цены на хлопок по следующим странам:

14:00

В 14:00
COTLOOK 'A' INDEX



УЗБЕКИСТАН США ИНДИЯ ПАКИСТАН ТУРЦИЯ БРАЗИЛИЯ

КРОМЕ ТОГО, СООБЩАЕТ САМЫЕ СВЕЖИЕ НОВОСТИ И ИНТЕРЕСНЫЕ ФАКТЫ В ОБЛАСТИ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ, А ТАКЖЕ ПУБЛИКУЮТСЯ КОЛЛЕКЦИИ ФЕШН-ДИЗАЙНЕРОВ.

Cotton Outlook · NYSE ICE · EMTIA · Pakistan Mercantile Exchange · UZEX · Bolsa Brasileira de Mercadorias · ET Markets

PAXTAKOR TEKS

СОВРЕМЕННОЕ ОБОРУДОВАНИЕ – ПРАВИЛЬНЫЙ ВЫБОР

Компания World Textile Marketing Agency обратилась к финансовому директору хлопкового кластера СП ООО «Paxtakor Teks» Саидакмалю Саидакбаровичу Джаббарову с просьбой рассказать об истории создания кластера, о прядильной фабрике, а также об экспорте продукции.





MODERN EQUIPMENT IS THE RIGHT CHOICE

World Textile Marketing Agency requested the finance director of cotton cluster JV LLC «Paxtakor Teks» Saidkamal Jabbarov to tell about the history of the cluster, about the spinning mill, as well as about the export of products.

В каком году был создан Paxtakor Teks?

Свою деятельность СП ООО «Paxtakor Teks» начало в мае 2017 года в Пахтакорском районе Джизакской области. Строительство велось в течение 2017-2018 годов. Общая стоимость инвестиций составляла 24 млн долларов США.

When was Paxtakor Teks established?

JV Paxtakor Teks LLC began its activities in May 2017 in the Pakhtakor district of the Jizzakh region. The construction was carried out during 2017-2018. The total investment cost was USD 24 million.

Ежемесячно производится 650 тонн кардной пряжи в диапазоне номеров от 16/1 до 36/1 - ткацкая и трикотажная.





Какую площадь имеет кластер и сколько рабочих мест Вы создали?

Согласно протоколу Кабинета Министров Республики Узбекистан за №03/1.2086 от 09.04.2020 года, кластеру выделена территория общей площадью 11 200 га на фьючерсной основе. В кластере создано 900 рабочих мест.

Какой объем хлопка-сырца Вы производите и какого сорта?

У нас производится хлопок-сырец высшего и первого сорта объемом 26 000 тонн в год.

Продаете ли Вы хлопок-сырец на внутренний рынок?

Хлопок-сырец перерабатывается и используется на прядильной фабрике, принадлежащей самому кластеру.

Сколько тонн пряжи Вы производите в месяц, и какого вида?

Ежемесячно производится 650 тонн кардной пряжи в диапазоне номеров от 16/1 до 36/1, а также - ткацкая и трикотажная.

What is the area of the cluster and how many jobs have you created?

According to the protocol of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan No. 03 / 1.2086 dated 09.04.2020, the cluster was allocated an area of 11,200 hectares on a futures basis. The cluster has created 900 jobs.

How much raw cotton do you produce and what kind?

We produce raw cotton of the highest and first grade in volume 26,000 tons per year.

Do you sell raw cotton to the local market?

The raw cotton is processed and used in the cluster's own spinning mill.

How many tons of yarn do you produce per month, and what kind?

650 tons of carded yarns are produced monthly, in the range of numbers from 16/1 to 36/1, as well as weaving and knitting.

What kind of equipment do you use?

Modern technological equipment from leading world brands such as RIETER, MURATA, USTERTECHNOLOGIES and TEMSAN is used in the production process.

Каким оборудованием оснащена Ваша фабрика (бренды, страны)?

В производстве применяется современное технологическое оборудования от ведущих мировых брендов, таких как RIETER, MURATA, USTERTECHNOLOGIES и TEMSAN.

Есть ли у Вас сертификаты качества, и какие?

Нами был получен сертификат Oeko-Tex Standard 100 - марка, которая дается наиболее известным и успешным производителям текстильных материалов, протестированным на наличие вредных веществ и субстанций. Oeko-Tex узнаваемая потребителями марка, которая служит также дополнительным подтверждением качества продукции для производителей.

На каком оборудовании Вы тестируете пряжу?

На оборудовании компании USTERTECHNOLOGIES.

В какую страну был Ваш первый экспорт?

В январе 2019 года мы отправили первую партию продукции в Китай.

Сколько процентов пряжи Вы продаете на внутреннем рынке?

Продукция предприятия, обладающего сертификатом OEKO-TEX, пользуется большим спросом на мировом рынке. В течение 2019-2020 гг. она экспортировалась в страны СНГ, Турцию, Китай, Иран и Италию в качестве готового полотна. В 2020 году экспорт принес нам до 16 миллионов долларов США, а внутренней рынок мы обеспечили пряжей на сумму 7 млрд сумов.

Каковы планы на 2021-2022 годы?

В 2020 году мы начали работу над проектом второй линии по производству 100% гребенной компактной пряжи. Закончить проект планируем в 2022 году. В наши планы входит комплексная переработка хлопка сырца, начиная от переработки семян и до готовой текстильной продукции.



What equipment do you use for yarn testing?

The equipment of the USTERTECHNOLOGIES company.

Where did you export for the first time?

We sent the first batch of products to China in January 2019.

What percentage of yarn do you sell on the local market?

The OEKO-TEX certified products are in great demand in the world market. During 2019-2020 it was exported to the CIS countries, Turkey, China, Iran and Italy as a finished fabric. In 2020, exports contributed up to 16 million US dollars, and we provided the local market with yarn worth 7 billion soums.

What are the plans for 2021-2022?

In 2020, we began to work on a second line for the production of 100% combed compact yarns. We plan to finish the project in 2022. Our plans include complex processing of raw cotton, from seed processing to finished textile products.



650 tons of carded yarns are produced monthly, in the range of numbers from 16/1 to 36/1 - weaving and knitting.

GLOBAL TEXTILE GROUP

Global Textile Group is one of the leading textile companies in Uzbekistan, which has spinning mills, fabrics dyehouse, ginnery and its own cotton fields with integrated drip irrigation system. The company operates in compliance with environmental practices and in compliance with social responsibility program.

GLOBAL TEXTILE

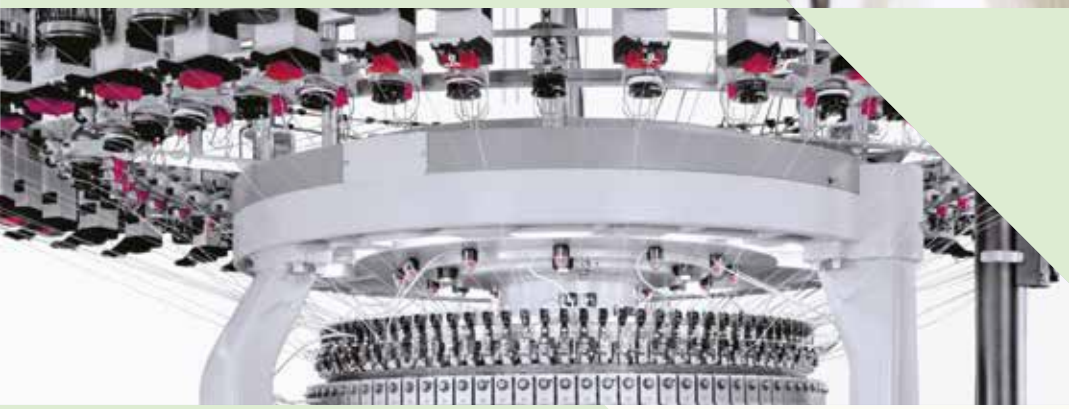
The mills are equipped with the machines of the following leading world manufacturers:

Rieter (Switzerland)
Uster (Switzerland)
Murata (Japan)
Thies (Germany)
Mayer&Cie (Germany)
Santex (Switzerland)

18500

tons per year / тонн в год

yarn / пряжа



7500

tons per year / тонн в год

knitted fabric / полотно

Export geography
География экспорта

Турция, Китай, Россия,
Польша, Беларусь, Египет, ОАЭ, Бангладеш ,
СНГ, Молдова, Украина, Пакистан
Turkey, China, Russia, Poland, Belarus, Egypt, UAE,
Bangladesh, CIS countries, Moldova, Ukraine, Pakistan

Компактно-гребенная пряжа / Combed compact yarn
Кардная пряжа / Carded yarn
Ne20/1 - Ne40/1
Смесовая пряжа / Blended yarn

Суровые полотна: Супрем, Интерлок, Рибана, Кашкорсе, Фулл лайкра, Пике, Футер

Raw knitted fabrics: Supreme, Interlock, Ribana, Kashkorse, Full lycra, Pique, Footer









Ташкент и Фергана
Tashkent and Fergana

+99899 0292929
+99899 0292924
+99871 2318601

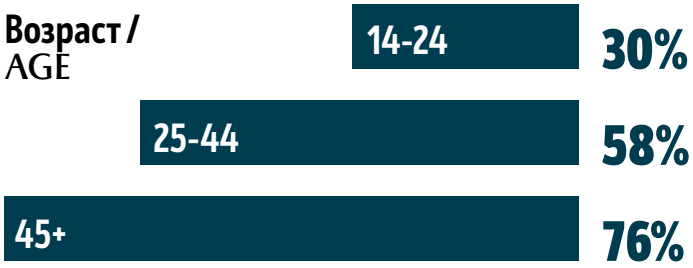
info@global-textile.uz
marketing@global-textile.uz
www.global-textile.uz

COVID-19

И ЗАБОТЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В **ИТАЛИИ**.

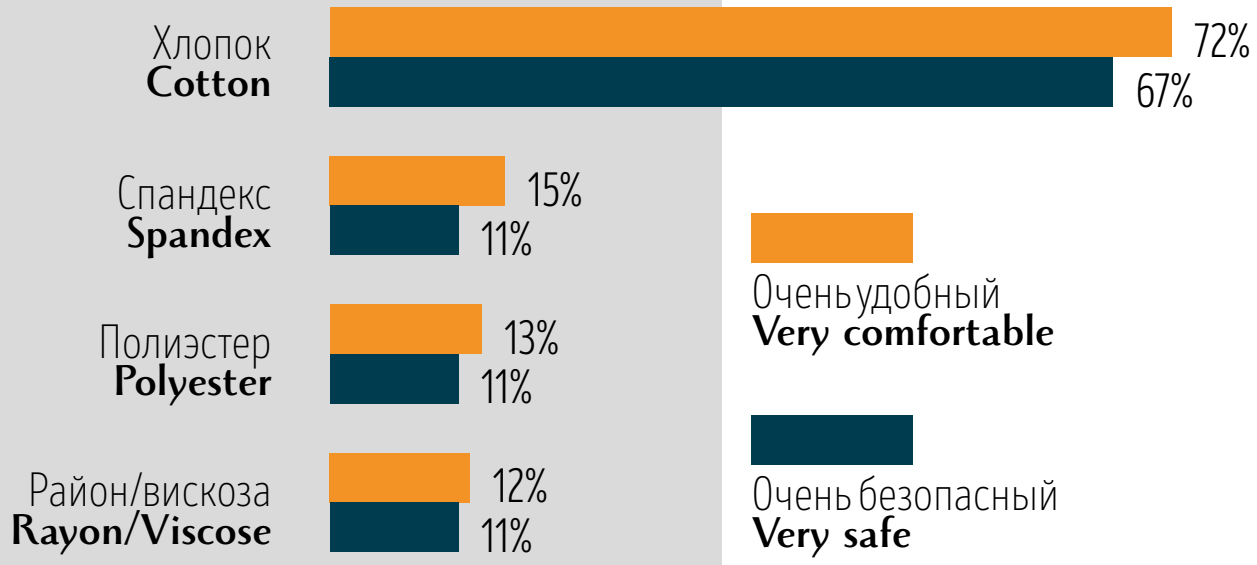
ПРОЦЕНТ ТЕХ, КТО ОЧЕНЬ ОБЕСПОКОЕН ПАНДЕМИЕЙ КОРОНАВИРУСА COVID-19 (ПО ВОЗРАСТУ):

PERCENTAGE WHO ARE VERY CONCERNED ABOUT THE COVID-19 CORONAVIRUS PANDEMIC (BY AGE):



ПОТРЕБИТЕЛИ СЧИТАЮТ ОДЕЖДУ ИЗ ХЛОПКА САМОЙ УДОБНОЙ И БЕЗОПАСНОЙ

Consumers rate clothing made from cotton the most comfortable and the safest.



COVID-19 & CONSUMER CONCERNS IN ITALY

Как тратят деньги потребители:
Most consumers are spending less money than before the pandemic:



19% тратят больше, чем до пандемии
spending more than before the pandemic

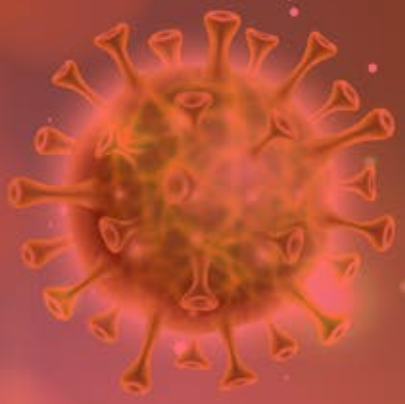
62% тратят меньше, чем до пандемии
spending less than before the pandemic

19% тратят примерно столько же, сколько до пандемии
spending about the same as before the pandemic



Продовольственные товары (50%) и товары для дома (42%) являются крупнейшими категориями дополнительных расходов

Groceries 50% and Household Supplies 42% are the largest categories for extra spending.



Потребители проводят в Интернете дополнительное время следующим образом:
Consumers are spending extra time online doing the following activities:

28% потребителей делают в Интернете покупок больше, чем до пандемии
of consumers are shopping online more than before the pandemic

81% читают/смотрят новости
Reading/ Watching the News

74% смотрят видео/ аудио чаты с друзьями и семьей
Video/Audio chats with friends and family

66% смотрят видео на Facebook
Watching videos on platforms such as Facebook.

70% ожидают, что этот опыт изменит способ совершения покупок в будущем
expect this experience to change the way they shop in the future.

COMPANY

SHARQ ALO TEX

СП ООО «SHARQ ALO TEX» было основано 17 сентября 2015 года. Основным видом деятельности предприятия было определено производство текстильной продукции.

«Sharq Alo Tex» JV LLC was founded on September 17, 2015. The production of textile products was determined as the main activity of the enterprise.

Коллекция **/ Collection**

500+

цветов **/ colors**

Мощность в год
Capacity per year

6

млн.п/м тканей /
mln. meters of fabrics



ТКАНЬ:
хлопчатобумажная, вискозо-полиэфирная, полиэфирная, смесовая гладкокрашеная.

ВИДЫ ОТДЕЛКИ:
водомаслоотталкивающая, противокислотная, огнезащитная, малоусадочная.

ТИПЫ КРАШЕНИЙ:
активно-дисперсное и кубовое.

ШИРИНА: максимум 180 см

УСАДКА: 1. стандарт: 2.5-3%
2. по требованию: 1-1.5%

FABRIC:
cotton, viscose-polyester, polyester, dyed blended.

TYPES OF FINISHES:
water-oil-repellent, anti-acid, fire-retardant, low-shrinkage.

TYPES OF DYES:
active-dispersed and vat.

WIDTH: Max: 180 sm

SHRINKAGE: 1. Standard: 2.5-3%
2. On demand: 1-1.5%



ОБОРУДОВАНИЕ

EQUIPMENT

KYOTO FOSTER TEXTILE MACHINERY

SHAT





География экспорта
Export geography:

Россия / Russia

Азербайджан / Azerbaijan

Казахстан / Kazakhstan

margilan_bt@mail.ru

+998-93-480-98-81
+998-90-581-45-85
+998-90-231-58-85

Republic of Uzbekistan, Fergana region
Margilan, B. Margiloniy str., building No. 440-B

WWW.ALOTEX.UZ

Республика Узбекистан, Ферганская область
г. Маргилан, ул. Б.Маргилоний, дом №440-Б.

Королевский комплекс **Сан-Леучо** - дом шелка и равенства.

В Казерте школа продолжает традицию НАДЯ ВЕРДИЛ

Шелк и история, красота и величие. Преемственность в сегодняшней Италии, которая когда-то была Неаполитанским королевством. В восемнадцатом веке династия Бурбонов принесла в город Казерта великолепие, власть, богатство и искусство: от прекрасного Королевского дворца (Reggia), созданного, чтобы стать королевской резиденцией новой столицы, до Королевского комплекса Сан-Леучо, дома гендерного и социального равенства, где производят самый драгоценный и известный на Западе шелк. История Сан-Леучо началась в 1750 году, когда гору Сан-Леучо купил король Карл Бурбонский. Здесь также находилась резиденция принцев Аквавива, называемая Ло Белло Зее, потому что она возвышается не только над великой равниной Казерта, но и над Неаполитанским заливом с островами Капри и Искья на горизонте. Вилла принцев Аквавива во время правления Фердинанда IV Бурбона была отремонтирована и стала новой королевской резиденцией. Работы по модернизации, координированные архитектором Франческо Коллекчини, завершились в 1786 году. Были построены не только апартаменты для государей, но и, что стало первой большой новостью, помещения для производства текстиля. Королевская резиденция, таким образом, сосуществовала с прядильной фабрикой, административными помещениями, помещениями обычной школы, оружейной палатой, приходской церковью и священником. Это были первые шаги к созданию Королевского комплекса Сан-Леучо.

Silk and history, beauty and grandeur. Continuity in today's Italy, which was once the Kingdom of Naples. In the 18th century, the Bourbon dynasty brought splendor, power, wealth and art to the city of Caserta: from the beautiful Royal Palace (Reggia), created to become the royal residence of the new capital, to the Royal Complex of San Leucio, home of gender and social equality, where the most a precious and well-known silk in the West. The history of San Leucio began in 1750, when King Charles of Bourbon bought Mount San Leucio. It also housed the residence of the princes of Aquaviva, called Lo Bello Zee, because it rises not only over the great plain of Caserta, but also over the Gulf of Naples with the islands of Capri and Ischia on the horizon. The Villa of the Princes of Aquaviva was renovated during the reign of Ferdinand IV of Bourbon and became the new royal residence. The modernization work, coordinated by the architect Francesco Collecini, was completed in 1786. Not only were apartments for the sovereigns built, but also, what was the first big news, premises for the production of textiles. The royal residence thus coexisted with a spinning mill, administrative offices, the premises of a regular school, the armory, a parish church, and a priest. These were the first steps towards the creation of the Royal Complex of San Leucio.

The Royal Complex of **San Leucio** is the home of silk and equality. In Caserta, the school continues the tradition ***NADIA VERDILE***





Надя Вердил,
писатель и журналист, написала двадцать книг, и многие из ее эссе были опубликованы в национальных и международных журналах. Выступая на конференциях и учебных семинарах как историк, она в течение многих лет исследовала истории женщин.

Nadia Verdil,
writer and journalist, has written twenty books and many of her essays have been published in national and international magazines. Speaking at conferences and training seminars, as a historian, for many years she devoted her research to rewriting the History of Women.



В этом необычном месте с 1773 года производят шелк. Очень чистый. Великолепный. Драгоценный, как и многое другое.

Silk has been produced in this unusual place since 1773. Very clean. Great. Precious, like so much more.

Мы продолжили строительство рабочих кварталов Сан-Карло и Сан-Фердинандо, посвященных святым, чье имя носили короли Фердинандо и Мария Каролина. В них были построены дома, подаренные государством ткачам и ткачихам, а также молодым семьям. Это были удобные дома с очень высокими потолками (так как в них должны были находиться станки), с каминами в каждой квартире, пригодными также для варки шелковых коконов. Все этапы процесса производства шелка проходили в Королевской колонии Сан-Леучо - от разведения шелкопряда до прядения и производства ткани. Этот уголок Королевства на несколько лет стал форпостом социальной справедливости, олицетворяющим просвещенный деспотизм. Королевский комплекс Сан-Леучо был производственным поселением, построенным с целью улучшения экономических условий государства благодаря производственной программе, способной экспортировать продукт за пределы Королевства и позволяющей на всех социальных уровнях сохранять справедливое и новаторское распределение доходов и богатства. Королевский комплекс Сан-Леучо регулировался законом, введенным королевой Марией Каролиной, который аннулировал тысячелетние обычаи и несправедливость, от которых страдали женщины; здесь они перестали быть подчиненными на юридическом, административном, семейном уровне и имели те же права и обязанности, что и мужчины.

Этот закон ввел немыслимые по тем временам социальные системы: помощь от рождения до смерти, брачная надбавка, приданое для новорожденного, бесплатная и обязательная школа, платное ученичество как для женщин, так и для мужчин, их полное равенство в работе, пенсия для вдовы, касса взаимопомощи, бесплатные похороны, бесплатное и постоянное пользование домом. Он также гарантировал квартплату тем, кто, не имея собственного дома, вынужден был искать его, ожидая, пока государство предоставит его. Для поселенцев не существовало различающего фактора, за исключением заслуг, которые служили дополнительным стимулом для производства. Он установил обязательную вакцинацию против оспы. Это был 1789 год.

We continued the construction of the workers' quarters of San Carlo and San Ferdinando, dedicated to the saints whose names were named after Kings Ferdinando and Maria Carolina. Houses were built in them, donated by the state to weavers and weavers, as well as to young families. These were comfortable houses with very high ceilings (since they were supposed to contain machines), with fireplaces in each apartment, also suitable for making silk cocoons. All stages of the silk production process took place in the Royal Complex of San Leucio - from silkworm breeding to spinning and fabric production. For several years this corner of the Kingdom became an outpost of social justice, personifying enlightened despotism. The Royal Complex of San Leucio was a manufacturing settlement built with the aim of improving the economic conditions of the state through a production program capable of exporting the product outside the Kingdom and allowing a fair and innovative distribution of income and wealth to be maintained at all social levels. The present Complex of San Leucio was governed by a law introduced by Queen Maria Carolina that abolished millennial customs and injustices that women suffered; here they ceased to be subordinate at the legal, administrative, family level and had the same rights and obligations as men.

This law introduced social systems unthinkable at that time: help from birth to death, marriage allowance, dowry for a newborn, free and compulsory school, paid apprenticeships for both women and men, their full equality in work, widow's pension, cash mutual assistance, free funerals, free and constant use of the house. He also guaranteed rent to those who, without a home of their own, had to look









В этом необычном месте с 1773 года производят шелк. Очень чистый. Великолепный. Драгоценный, как и многое другое. Дамаск, парча, сполинати, картины, шелк Сан-Леучо - это мастерство мирового уровня. Они украшают Белый дом, Кремль, Квиринальский дворец, Ватикан, Букингемский дворец и самые известные королевские резиденции высокого уровня и по-прежнему пользуются спросом у самых престижных дизайнеров. Благодаря своей яркости шелк всегда использовался как символ роскоши, но в Сан-Леучо он был символом равенства и социальной справедливости. Шелковые компании, которые до сих пор производят драгоценные ткани и несут миру красоту традиций, были рождены в семьях тех, кто когда-то работал в этом Королевском комплексе.

В монументальном комплексе Сан-Леучо, где сегодня находится Музей шелка, Университет компании «Луиджи Ванвителли» организовал курсы повышения квалификации по направлению «Дизайн и мода». Престижная государственная художественная школа «Сан-Леучо», следуя традициям производства шелка, работает уже шестьдесят лет. «Мы родились в средней школе в Бельведере Сан-Леучо, - объясняет директор Immacolata Nespoli, - и первым курсом было ткачество. Затем эволюционировала история нашей средней школы; сегодня у нас есть много курсов для различных нужд молодежи, но шелк остается основным нашим призванием. Во время курса «Дизайн и мода» мы продолжаем создавать драгоценную одежду восемнадцатого века из прекрасного шелка Сан-Леучо. Нас приглашают на фестивали, постоянные и передвижные выставки, на съемочные площадки, чтобы демонстрировать наши исторические костюмы. История для нас - не только учитель, но и спутник жизни».

Монументальный комплекс Сан-Леучо, Королевский дворец в Казерте и акведук, построенный великим архитектором Луиджи Ванвителли в 1762 году, 1997 году были признаны ЮНЕСКО объектом Всемирного наследия. Шелк, искусство, красота и культура делают историю этих мест вечной.

for it, waiting for the state to provide it. There was no differentiating factor for the settlers, except for merit, which served as an additional incentive for production. He established compulsory smallpox vaccination. It was 1789.

Silk has been produced in this unusual place since 1773. Very clean. Great. Precious, like so much more. Damascus, brocade, spolinati, paintings, silk of San Leucio are world-class craftsmanship. They adorn the White House, the Kremlin, the Quirinal Palace, the Vatican, Buckingham Palace and the most famous high-end royal residences and continue to be sought after by the most prestigious designers. Because of its brightness, silk has always been used as a symbol of luxury, but in San Leucio it was a symbol of equality and social justice. Silk companies, which still produce precious fabrics and bring the beauty of tradition to the world, were born into the families of those who once worked in this Royal Complex.

In the monumental complex of San Leucio, where today the Silk Museum is located, the University of Campania «Luigi Vanvitelli» has organized advanced training courses in the direction of Design and Fashion. The prestigious state art school "San Leucio", following the tradition of silk production, has been operating for sixty years. «We were born in high school in the Belvedere of San Leucio,» explains the director of Immacolata Nespoli, «and the first course was weaving. Then the history of our high school evolved; today we have many courses for the different needs of young people, but silk remains our main vocation. During the Design and Fashion course, we continue to create precious eighteenth-century garments from the fine silk of San Leucio. We are invited to festivals, permanent and traveling exhibitions, to film sets to showcase our historical costumes. History for us is not only a teacher, but also a life partner ».

The monumental complex of San Leucio, the Royal Palace of Caserta and the aqueduct, built by the great architect Lugi Vanvitelli in 1762, were declared a UNESCO World Heritage Site in 1997. Silk, art, beauty and culture make the history of this place eternal.

BBS

BUKHARA BRILLIANT SILK

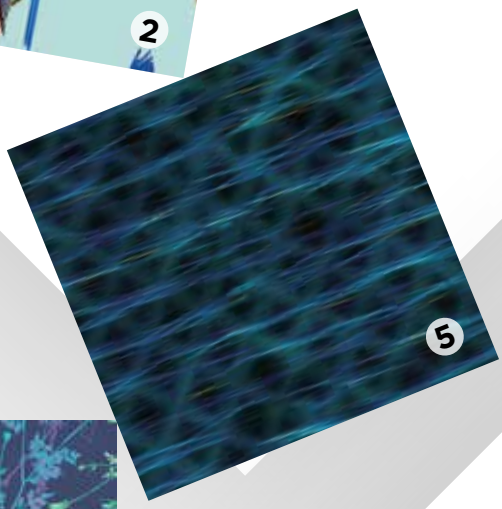
Bakhauddin Nakshband,
256 ,Bukhara,Uzbekistan
+9989 93 960 61 40
bukhara_brilliant_silk
Bukhara Brilliant Silk























1. Crepe de Chine
100%silk
Width-1,1
GSM-53
GM-66
Momme-18

2. Chiffon
100%silk
Width-1,1
GSM-32
GM-42
Momme-11

3. Crepe georgette
100%silk
Width-1,1
GSM-76
GM-102
Momme-27

4. Crepe +
100% silk
Width-1,1
GSM-82
GM-86
Momme-23

5. Atlas C
70%silk, 30% cotton
Width-1,1
GSM-88
GM-128
Momme-27

6. Atlas V
70%silk, 30% viscous
Width-1,1
GSM-74
GM-86
Momme-23

7. Atlas U
100% silk
Width-1,1
GSM-80
GM-93
Momme-25

8. Atlas
100% silk
Width-1,1
GSM-61
GM-71
Momme-19

9. Mousseline
100% silk
Width-1,1
GSM-57
GM-82
Momme-22

10. Mousseline V
70%silk, 30% viscous
Width-1,1
GSM-69
GM-99
Momme-26

11. Twill
100%silk
Width-1,1
GSM-77
GM-67
Momme-18



10 интересных фактов о носках



1 Первые носки появились в Древней Греции, а немного позже и в Риме. Они изготавливались из кожи и были больше похожи на сапожки. Носили их только женщины и чаще всего надевали на ночь. А для мужчины надевать носки было позорно.

1. The first socks appeared in Ancient Greece, and a little later in Rome. They were made of leather and looked more like boots. They were worn only by women and were most often worn at night. And for a man, wearing socks was shameful.

2 Мужчины начали носить носки намного позже женщин. Первыми их надели британские воины, так как в условиях сырого климата появилась проблема натертых ног, и нужно было как-то решать эту проблему. Тут и пришли на помощь носки, правда изготавливать их стали другим методом. Именно в тот период носки стали немного мягче и удобнее.

2. Men started wearing socks much later than women. The British soldiers were the first to put them on, since in a damp climate the problem of rubbed feet appeared, and it was necessary to somehow solve this problem. Here socks came to the rescue, although they began to be made by a different method. It was during this period that the socks became a little softer and more comfortable.





3 Носки стали пользоваться большим спросом уже в IV веке. А к XVI веку их стали изготавливать из шелка и украшать разными декоративными вставками. Для простых людей они были слишком дорогими, поэтому такие носки могли позволить себе лишь знатные особы.

3. Socks began to be in great demand already in the IV century. And by the 16th century, they began to be made of silk and decorated with various decorative inserts. For ordinary people, they were too expensive, so only noble people could afford such socks.

4 Уже в 1589 году производство носков достигло больших успехов, когда появились чулочно-вязальные машины, которые могли делать до 1200 петель за минуту. Создателем такой машины считается английский священник Уильям Ли. Правда, Елизавете I эта машина пришлась не по нраву. Она посчитала, что такие грубые и толстые носки только для простолюдинов. Но несмотря на ее мнение, изобретение священника стало очень популярным, и носки стали доступными даже самым бедным слоям населения.

4. Already in 1589, the production of socks achieved great success when hosiery knitting machines appeared that could make up to 1200 loops per minute. The English priest William Lee is considered the creator of such a machine. True, Elizabeth I did not like this car. She considered that such coarse and thick socks were only for commoners. But despite her opinion, the invention of the priest became very popular, and socks became available even to the poorest segments of the population.





5 Лишь к началу XIX века носки стали более похожи на современные. А после окончания первой мировой войны носки стали изготавливать из более дешевых материалов. Именно в то время носки приобрели нынешний вид.

5. Only by the beginning of the nineteenth century did socks become more similar to modern ones. And after the end of the First World War, socks began to be made from cheaper materials. It was at that time that the socks took on the current look.



6 Мировой столицей носков считается город Наантали, который находится на территории Финляндии. Там и до сих пор занимаются производством носков, причем практически все ее население. Большинство мастеров являются потомственными вязальщиками носков.

6. The world capital of socks is the city of Naantali, which is located in Finland. There they are still engaged in the production of socks, and almost all of its population. Most of the craftsmen are hereditary sock knitters.



7 Несмотря на то, что изначально носки считались частью женского гардероба, сегодня этот предмет носят больше мужчины.

7. Despite the fact that initially socks were considered part of the women's wardrobe, today this item is worn more by men.



8 Белые носки носят только под спортивную обувь. Белые носки в сочетании с официальной одеждой считаются дурным тоном. Цвет носков нужно подбирать под цвет брюк, а не обуви.

8. White socks are only worn under sports shoes. White socks combined with formal wear is considered bad form. Match the color of your socks to your pants, not your shoes.





9 Носки из бамбука действительно обладают антибактериальным и дезодорирующим эффектом, что очень полезно для кожи ног.

9. Bamboo socks really have antibacterial and deodorizing effect, which is very beneficial for the skin of the feet.

10 Самым привычным подарком для большинства мужчин являются носки. Однако новое изделие немецкой компании - золотисто-коричневые носки за $1200 - никак нельзя назвать дежурным презентом. Этот предмет одежды выпущен ограниченной партией - всего 10 пар. Носки сделаны из самой редкой и дорогой шерсти в мире - шерсти викуньи.

10. The most common gift for most men is socks. However, the new product of the German company - the golden brown socks for $ 1200 - cannot be called a duty present. This garment is produced in a limited edition of only 10 pairs. The socks are made from the rarest and most expensive wool in the world - vicuna wool.



TWIN BUSINESS

Socks Land Juft

О нас

Компания ООО «Twin Business» начала свою деятельность в 2013 году и продолжает успешно развиваться на рынке Узбекистана. С момента открытия наше предприятие постоянно улучшает качество и ассортимент продукции.

Мы располагаем оборудованием нового поколения и последними технологиями, предоставленными крупнейшими итальянскими производителями, такими как Lonati, Tecnopea и Conti Complett.

А благодаря высококачественному сырью и квалифицированному персоналу наша продукция пользуется высоким спросом на рынке Узбекистана.

Компания ООО «Twin Business» рада предложить Вам носочную и трикотажную продукцию под маркой «Socks Land и Juft».

Этикетка торговой марки «Socks Land и Juft» имеет штрих-код в соответствии с требованиями ассоциации автоматической идентификации «GS1 UZB».

Приглашаем к сотрудничеству на взаимовыгодных условиях оптовые и розничные компании стран СНГ.



Объем производства
140 000 pairs per month
пар в месяц
Production volume

Итальянское оборудование
Italian technology

Уникальный дизайн
Unique design

+99899 8471711
+99899 8461711

www.twinbusiness.uz

Узбекистан, Ташкент,
ул. Гафура Гуляма, 3.

About us

"Twin Business" LLC began its activities in 2013 and continues to successfully develop in the market of Uzbekistan. Since opening, our company has been constantly improving the quality and range of products.
We have the latest generation equipment and technology provided by major Italian manufacturers such as Lonati, Tecnopea and Conti Complett.
Thanks to high-quality of raw materials and qualified personnel, our products are in high demand in the market of Uzbekistan.
Twin Business is pleased to offer you socks and knitwear under the brand name "Socks Land and Juft".
The label of the Socks Land and Juft trademark has a bar code in accordance with the requirements of the GS1 UZB Automatic Identification Association.
We invite wholesale and retail companies of the CIS countries to cooperate on mutually beneficial terms.



Мужская продукция
Элегантность

Женская продукция
Отличное качество





Детская продукция
Яркие краски

TWIN BUSINESS LLC

Uzbekistan, Tashkent
Gafur Gulom St. 3

info@twinbusiness.uz

www.twinbusiness.uz

ВЛИЯНИЕ BREXIT на текстильную и модную индустрию Великобритании

IMPACT OF BREXIT ON THE TEXTILE AND FASHION INDUSTRY IN THE UK

В декабре прошлого года, после нескольких месяцев переговоров, Соединенное Королевство и Европейский Союз, наконец, заключили торговую сделку по Brexit, завершив выход Великобритании из ЕС, тем самым положив конец свободному перемещению товаров и людей через границы Великобритании с ее европейскими соседями. Это событие оказало серьезное влияние почти на все стороны жизни Великобритании, а также на политический и экономический ландшафт страны в целом. Британская текстильная и модная индустрия также серьезно пострадала от Brexit.

Индустрия моды играет важную роль в экономике Великобритании. Согласно данным, опубликованным Управлением национальной статистики, в 2019 году она внесла 35 миллиардов фунтов (47 миллиардов долларов) в экономику Великобритании и обеспечила работой 890 000 человек.

Аналогичным образом сектор имеет тесные связи с Европейским Союзом. Почти 75% британского экспорта моды и текстиля в настоящее время направляется в ЕС. По этой причине, согласно недавнему опросу, большинство британских производителей текстильной и модной индустрии, похоже, хотели остаться в ЕС. 54% из 120 британских производителей текстиля указали, что хотят остаться в ЕС, и только 20% считают, что им будет лучше, если Великобритания уйдет.

Одной из причин, по которой большинство представителей текстильной промышленности Великобритании хотели бы остаться в ЕС, является относительная легкость, с которой они могли находить квалифицированных рабочих для швейной промышленности по всему ЕС. По оценкам Британского консорциума розничной торговли, около 120 000 граждан ЕС работают в розничной торговле Великобритании, а в секторе моды работает высокий процент работников ЕС в целом. По оценкам, в таких городах, как Лондон, где работает 13 650 производственных рабочих, которые производят одежду как для Highend, так и для HighStreet, 70% рабочей силы - выходцы из ЕС. После Брексита найти рабочих станет намного сложнее. Кроме того, на протяжении многих лет Лондон был международным центром индустрии моды, но ограничения свободы передвижения и тот факт, что прибывшим из-за границы теперь может потребоваться иммиграционное спонсорство или даже виза, могут сделать такое глобальное взаимодействие гораздо менее привлекательным.

БЮРОКРАТИЗМ И ТАМОЖЕННЫЕ ДЕКЛАРАЦИИ, БЕЗУСЛОВНО, ОКАЖУТ ДАВЛЕНИЕ НА ЛОГИСТИКУ, И ВПОЛНЕ ВЕРОЯТНО, ЧТО БРИТАНСКАЯ ИНДУСТРИЯ МОДЫ ПОСТРАДАЕТ ОТ НЕХВАТКИ РАБОЧИХ И КРЕАТИВЩИКОВ ИЗ ЕС.

In December last year, after months of speculations and negotiations, the United Kingdom and the European Union finally agreed on a post-Brexit trade deal, finalising the UK's exit from the EU, thus bringing the free movement of goods and people across Britain's borders with its European neighbours to an end. This event has had a major impact on almost all industries in the UK, as well as on the country's political and economic landscape as a whole. The UK textiles and fashion industry has also been impacted severely by Brexit, for the most part negatively.

The fashion industry plays an important role in the UK's economy. According to data published by Office of National Statistics, in 2019 it contributed 35 billion pounds ($47 billion) to the UK economy and employed 890,000 people.

Likewise, the sector has had close ties with the European Union. Almost 75% of UK fashion and textile exports currently go to the EU. For this reason, most UK manufacturers in the textiles and fashion industry appeared to want to stay within the EU, according to a recent survey. 54% of 120 UK textile manufacturers indicated that they wanted to remain in the EU, versus only 20% that thought they would be better off if the UK left.

One of the reasons the majority of the UK textile industry wanted to remain in the EU is the relative ease with which they were able to find skilled workers for the UK clothing industry from across the EU. The British Retail Consortium estimates that approximately 120,000 EU nationals are employed in the UK retail industry and the fashion sector employs a high percentage of EU workers overall. In areas such as London where there are 13,650 manufacturing employees, making clothing for both the high-end and the high street, it has been estimated that 70% of the workforce is from the EU. Following Brexit, finding workers will become much more challenging. Furthermore, for many years London has been an international hub for the fashion industry, but limits on freedom of movement and the fact that arrivals from overseas may now need immigration sponsorship or even a visa could make such global interaction far less straightforward.



Алекс Клаксон
Управляющий директор
VIRTUS WORLDWIDE

Alex Clackson
Managing Director
VIRTUS WORLDWIDE

RED TAPE AND CUSTOMS DECLARATIONS WILL WEIGH ON LOGISTICS, AND IT IS LIKELY THAT THE BRITISH FASHION INDUSTRY WILL SUFFER FROM LACK OF EU GARMENT WORKERS AND CREATIVES.



Другая причина, по которой британское текстильное производство, вероятно, пострадает, - та, что оно больше не получит огромных финансовых средств на исследования и разработки, которые получало, будучи частью ЕС.

Следует отметить, что сделка по Brexit, которая была заключена в последние моменты 2020 года, действительно дает определенные положительные результаты для индустрии моды в Великобритании. Сделка включает в себя торговлю предметами роскоши с нулевыми тарифами и нулевыми квотами между Великобританией и ЕС (его крупнейшим рынком), что в значительной степени приветствовалось в отрасли.

Тем не менее, бюрократизм и таможенные декларации, безусловно, окажут давление на логистику, и вполне вероятно, что британская индустрия моды пострадает от нехватки рабочих и креативщиков из ЕС. Также проблематичной является отмена НДС для иностранных покупателей, что не позволяет посетителям требовать возврата 20% налога. Центр экономики и бизнес-исследований говорит, что количество посетителей из стран, не входящих в ЕС, может сократиться на 7,3%, что приведет к потере продаж в 1,8 миллиарда фунтов стерлингов и напрямую скажется на прибылях розничного сектора, в частности, текстильной промышленности.

В конечном счете, из-за Brexit и продолжающихся последствий пандемии, сектор моды в Великобритании, вероятно, столкнется с самым разрушительным с экономической точки зрения кризисом за одно поколение. Невозможность свободно сотрудничать и торговать с ЕС из-за ограничений серьезно подорвет способность британской индустрии моды оставаться крупным работодателем и вносить свой вклад в экономику.

Возможно, единственная радость в том, что теперь, когда Великобритания больше не входит в ЕС, она может свободно устанавливать свою собственную торговую политику и может заключать сделки с другими странами. Таким образом, у такой страны, как Узбекистан, есть возможность расширить торговое сотрудничество с Великобританией.

Another way UK textile manufacturing is likely to be hit is in no longer receiving the huge amount of funding for research and development that it has benefitted from by being part of the EU.

It should be noted that the Brexit deal that was secured in the final moments of 2020 does offer some positives to the fashion industry in the UK. The deal includes zero-tariff and zero-quota trade for luxury goods between Britain and the EU (its biggest market), which was largely welcomed by the industry.

Nevertheless, red tape and customs declarations will weigh on logistics, and it is likely that the British fashion industry will suffer from lack of EU garment workers and creatives.Also problematic is the scrapping of VAT for international buyers, which prevents visitors from claiming back the 20% tax. The Centre for Economics and Business Research says the non-EU visitors could fall by as much as 7.3%, with a £1.8 billion loss in sales, which will directly hit the profits of the retail sector, thus the textiles industry.

Ultimately, due to Brexit and the ongoing consequences ofthe pandemic, the fashion sector in the UK will likely face the most economically damaging crisis in a generation. An inability to work and trade with the EU because of restrictions will seriously damage the British fashion industry's ability to remain a large employer and contributor to the economy.

Perhaps the only silver lining is that now that it's no longer in the EU, the UK is free to set its own trade policy and can negotiate deals with other countries. There is therefore an opportunity for countries like Uzbekistan to enhance its trade cooperation with the UK.

Компания ООО «JIZZAX ECO TEKSTILE» была основана в 2019 году в городе Джизаке. Сегодня продукция фабрик – это более 300 моделей женских и детских носков.

The company "JIZZAX ECO TEKSTILE" LLC was founded in Jizzakh in 2019.
Today, the factory's products are more than 300 models of women's and children's socks.



180

Сотрудников

Employees

150

Количество единиц оборудования

Equipment

Socks are manufactured on modern Chinese equipment ZHENGBAO ZB-6F.



850 000

Ежемесячный объем (пар)

Monthly volume (pairs)

Носочная продукция производится на современном китайском оборудовании **ZHENGBAO ZB-6F.**













Jizzakh city A. Sagdullaev
eco.textile@mail.ru

+998 90 264 99 97 +998 93 304 00 01 +998 99 045 60 09

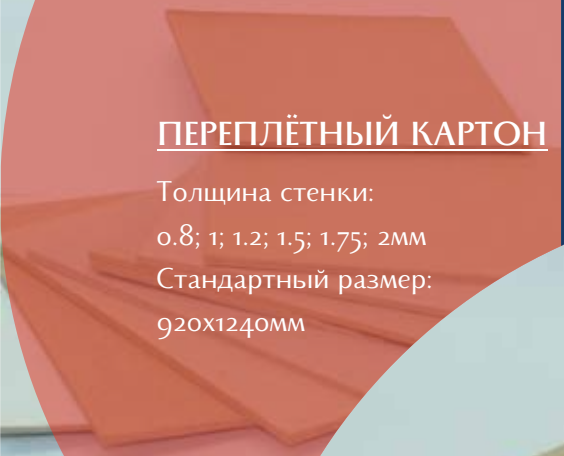
www.ecotex.uz

Компания "PAPER STAR" производит бумажную и картонную продукцию высокого качества с 2013 года. Сегодня мы являемся успешным производителем картонной и бумажной продукции. Мы занимаем лидирующие позиции на рынке Узбекистана.

paperstar

ПЕРЕПЛЁТНЫЙ КАРТОН

Толщина стенки:
0.8; 1; 1.2; 1.5; 1.75; 2мм
Стандартный размер:
920x1240мм





КАРТОННЫЕ ВТУЛКИ

(Цилиндры, гильзы, шпули)

Внутренний диаметр от 30 мм до 250мм
Толщина стенки от 1 мм до 15 мм
Длина от 130 мм до 6000 мм

ВОЛЬЦОВОЧНЫЙ ЦИЛИНДР

Внутренний диаметр
54 мм, 69 мм
Вольцовочный диаметр
42 мм, 58 мм
Длина 170 мм, 290 мм





paperstar

это высокотехнологичное производство по выпуску бумажных и картонных цилиндров, бобин, втулок и многого другого для текстильной и пищевой промышленности.

Узбекистан, г.Ташкент,
Сергелийский р-н,
ул. Кумарык, 24

info@paperstar.uz
www.paperstar.uz

+998 90 963 58 85
+998 97 731 47 07
+998 99 913 58 85
+998 97 747 68 88
+998 71 215 98 19

Домашний текстиль

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ ПОКУПКИ

Home Textiles
PRIMARY PURCHASE DRIVERS

КАЧЕСТВО
Quality
82%

МЯГКОСТЬ/КОМФОРТ
Softness/Comfort
80%

ДОЛГОВЕЧНОСТЬ
Durability
79%

ОСНОВНЫЕ ИДЕИ

80%

верят, что качественные простыни и постельные принадлежности помогают спать лучше
Believe quality sheets and bedding help you sleep better

85%

хотят мягкости и комфорта
want softness and comfort

55%

два раза или менее имели негативный опыт с продукцией из хлопка
Experience two or fewer negative issues with textiles made from cotton

KEY INSIGHTS

75%

говорят, что важно знать содержание волокна в изделиях домашнего текстиля, потому что это означает:
say it is important to know fiber content of home textile products because it tells them:

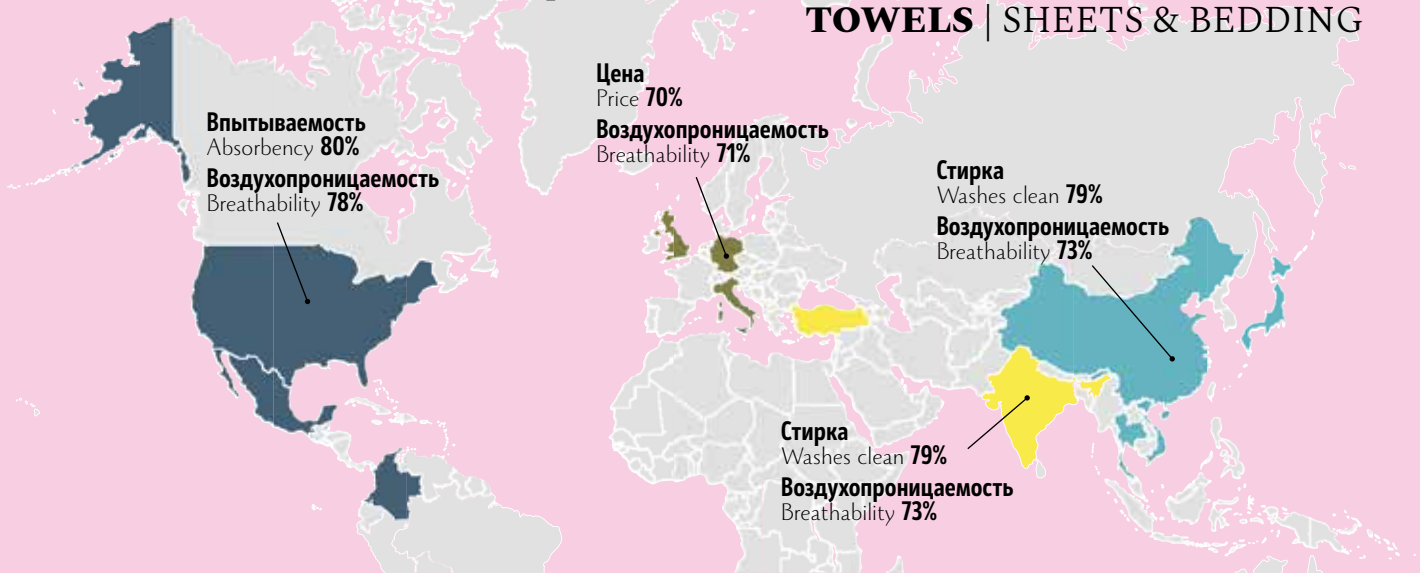
TOWELS - Полотенца
- QUALITY, **50%** - КАЧЕСТВО
- SOFTNESS, **46%** - МЯГКОСТЬ
- ABSORBENCY, **40%** - ВПИТЫВАНИЕ

Простыни и постельное белье
- QUALITY - КАЧЕСТВО, **49%**
- SOFTNESS - МЯГКОСТЬ, **42%**
- Keeps warm/Cool - ПОДДЕРЖИВАЕТ ТЕПЛО / ПРОХЛАДУ, **40%**

79%

говорят, что 100% хлопок важен для домашнего текстиля
say 100% cotton is important for home textiles.

ПОЛОТЕНЦА | ПРОСТЫНИ И ПОСТЕЛЬНОЕ БЕЛЬЕ
TOWELS | SHEETS & BEDDING



НАИБОЛЕЕ РАСПРОСТРАНЕННЫЕ НЕДОСТАТКИ

MOST COMMON ISSUES

Полотенца
Towels

41%
Выцветание / обесцвечивание
Fading/Discoloration

38%
Ткань становится грубой, жесткой или вызывающей зуд
Fabric Become Rough, Stiff, or Itchy

34%
Ткань становится тонкой
Fabric Becomes Thin

Простыни и постельное белье
Sheets & bedding

37%
Вызывает потливость
Makes Me Sweat

34%
Ткань становится грубой, жесткой или вызывающей зуд
Fabric Become Rough, Stiff, or Itchy

29%
Пилинг на ткани
Pilling on the Fabric

ЖЕЛАЕМЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

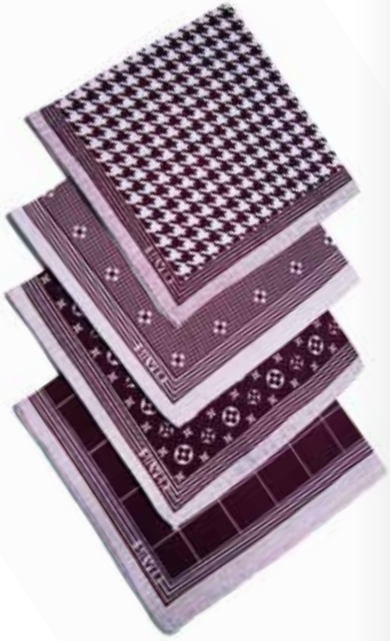
PERFORMANCE FEATURES DESIRED

94% потребителей заплатили бы больше хотя бы за одну характеристику
94% of consumers would pay more for at least one performance feature

Топ характеристик (процент тех, кто заплатил бы больше за одну из характеристик):
Top Features (percentage who would pay more for feature):

- **86%** Устойчивость к запаху — Odor Resistance
- **86%** Противо-микробную — Antimicrobial
- **86%** Устойчивость к пятнам — Stain Resistance
- **86%** Контроль температуры — Temperature Control
- **86%** Контроль влажности — Moisture Management

INFO: MARKETINFORMATION@COTTONINC.COM LIFESTYLEMONITOR.COTTONINC.COM
All content sourced from Cotton Incorporated's 2020 Home Textiles survey, a survey of 6,000 consumers in the U.S., China, Japan, Vietnam, Thailand, India, Turkey, Mexico, Colombia, Germany, Italy, and the United Kingdom conducted from February 6 – April 8, 2020.
Additional Sources: 1.2020 Euromonitor International Economies and Consumers Annual Data
AMERICA'S COTTON PRODUCERS AND IMPORTERS. Service Marks/Trademarks of Cotton Incorporated. ©2020 Cotton Incorporated.



Eco Fabric



Number of employees

200

Annual volume

1 mln.pieces

150 sewing machines

over **200** assortments

ООО «Eco Fabric» начало свою деятельность в ноябре 2018 года. В настоящее время компания производит мужские, женские и детские носовые платочки в большем ассортименте.

Eco Fabric LLC started its activities in November 2018. The company currently produces handkerchiefs for men,women and children in a wide range.

Количество сотрудников

200

Годовой объем

1 млн.штук

150 *швейных машин*

более **200** *видов*













Export

Russia and Tajikistan

+998 97 305 3211
+998 97 308 3211
+998 97 301 3211

Bukhara,
Sanoatchilar st. 2

eco.fabric@mail.ru

www.uzecofabric.com

Экспорт

Россия и Таджикистан

TST GROUP®

TST GROUP – это семейная группа компаний, которая вот уже более 22 лет занимается производством и оптовой продажей тканей в Узбекистане. Братья начинали свою коммерческую деятельность в 1998 году как индивидуальные предприниматели.

На данный момент в группу входят две фирмы.

«Тукимачи саноат текстиль» была создана в 2009 году. Фирма в основном занимается крашением и набивкой тканей. Производство оснащено технологией Tsudokama и Wiltoptex от таких ведущих стран, как Япония, Германия, Голландия, Турция и Россия. Ежедневная производственная мощность компании составляет 120 000 – 180 000 метров. Основной рынок сбыта – страны СНГ, Восточная Европа, США и Китай.

ООО «Group Impex Textile» создано в 2013 году. Основным видом деятельности компании является производство таких тканей, как бязь, сатин, поплин и саржа. В настоящее время фабрика оснащена более чем 180 станками Tsudakoma. Все ткани – из 100% хлопка, с минимальной плотностью текстуры 80-400 г/м^2 и шириной от 120 см до 275 см. Кроме этого, TST GROUP производит постельное белье и эко-сумки.







Ежемесячный объем

Суровая ткань
1 850 000 п/м

Набивная ткань
1 200 000 п/м

Крашеная ткань
550 000 п/м

Компл. постельного белья
45 000 шт.

Эко-сумки
450 000 шт.



+998902147345 info@tst-g.uz Узбекистан г.Наманган, ул.Туракурган 1. Орзу. tst-g.uz

ИНТЕРЕСНЫЕ ФАКТЫ О ПИЖАМАХ

Оказывается, с одеждой, в которой мы спим, связано много увлекательного. То, что вы ежедневно надеваете перед сном, - личное дело каждого. Кому-то нравится полосатая пижама, в то время как другие предпочитают спать в ночной рубашке (или абсолютно без одежды!) Но известно ли вам, какой долгий путь прошла пижама, прежде чем приобрести привычный для нас вид? На самом деле, история пижамы намного удивительнее, чем вы думаете!

It turns out that there are many fascinating things connected with the clothes in which we sleep.

What you put on every day before bed is a personal matter. Some people like striped pajamas, while others prefer to sleep in a nightgown (or absolutely no clothes!) But do you know how long pajamas went before getting the look we are used to? In fact, the history of pajamas is much more amazing than you think!

Interesting facts about pajamas









• Откуда появилось слово «пижама». Название «пижама» произошло от индийского слова piejamah - так в Индии называли свободные брюки, которые завязывались на поясе. Британские колонисты были восхищены удобством этих брюк, идеально подходящих для послеобеденного сна. Вскоре они были признаны идеальной одеждой для сна в любое время суток. Когда колонисты вернулись в Британию, мода спать в пижамах быстро прижилась.

• Пижамы могут предназначаться не только для сна. В начале 90-х годов модный дизайнер Поль Пуаре создал серию шелковых пижам, которые можно было носить и днем, и вечером. В некоторых азиатских странах люди до сих пор любят носить пижамные комплекты на публике. В Японии любители пижам пошли еще дальше - они появляются в общественных местах в нарядах под названием кигуруми, которые сшиты в виде костюмов, похожих на животных или героев мультфильмов.

• Пижамы с закрытыми ступнями ног не всегда носят только дети. На самом деле, подобная одежда изначально предназначалась именно для взрослых. Впервые такие пижамы появились, когда люди начали пришивать носки к нижнему краю пижамных брюк. Это помогало сохранять ноги в тепле, а также уберечь пальцы от укусов насекомых, например, термитов.

• Ночные колпаки когда-то были в моде. Эти головные уборы у большинства ассоциируются с рождественскими песнями и стихами, однако они были очень популярными на протяжении всего XIX века. Их предназначение было простым и очевидным: в холодное время года держать голову в тепле во время сна. Однако дизайн был тщательно продуман. Остроконечный колпак довольно длинный, чтобы можно было обернуть его вокруг шеи наподобие шарфа, но не настолько, чтобы задушить вас во время сна.

• Многим ли нужна пижама? В то время как магазины тоннами продают разнообразные модели пижам, многие по-прежнему предпочитают спать «в чем мама родила». По данным статистики, в Великобритании, например, абсолютно без одежды любят спать 47% мужчин и только 17% женщин. Американцы несколько консервативнее: 31% мужчин и 14% женщин предпочитают спать обнаженными.



• Where did the word «pajamas» come from? The name «pajamas» comes from the Indian word piejamah - so in India they called loose trousers that were tied at the belt. British colonists were delighted with the comfort of these trousers, perfect for an afternoon nap. They were soon recognized as the ideal sleepwear for any time of day. When the colonists returned to Britain, the fashion of sleeping in pajamas quickly took root.

• Pajamas can be used for more than just sleep. In the early 90s, fashion designer Paul Poiret created a series of silk pajamas that could be worn day and night. In some Asian countries, people still love to wear pajama sets in public. In Japan, pajama lovers have gone even further - they appear in public in outfits called kigurumi, which are tailored in the form of costumes that look like animals or cartoon characters.

• Pajamas with covered feet are not always worn by children only. In fact, such clothes were originally intended specifically for adults. These pajamas first appeared when people started to sew socks to the hem of their pajama pants. This helped keep the feet warm, and also kept the toes from being bitten by insects such as termites.

• Nightcaps were once in vogue. Most people associate these hats with Christmas songs and poems, but they were very popular throughout the 19th century. Their purpose was simple and obvious: to keep the head warm while sleeping during the cold season. However, the design was carefully thought out. The pointed cap is long enough to wrap around your neck like a scarf, but not long enough to strangle you while you sleep.

• How many people need pajamas? While shops sell tons of different pajamas models, many still prefer to sleep «in what their mother gave birth to». According to statistics, in the UK, for example, 47% of men like to sleep absolutely without clothes and only 17% of women. Americans are somewhat more conservative: 31% of men and 14% of women prefer to sleep naked.

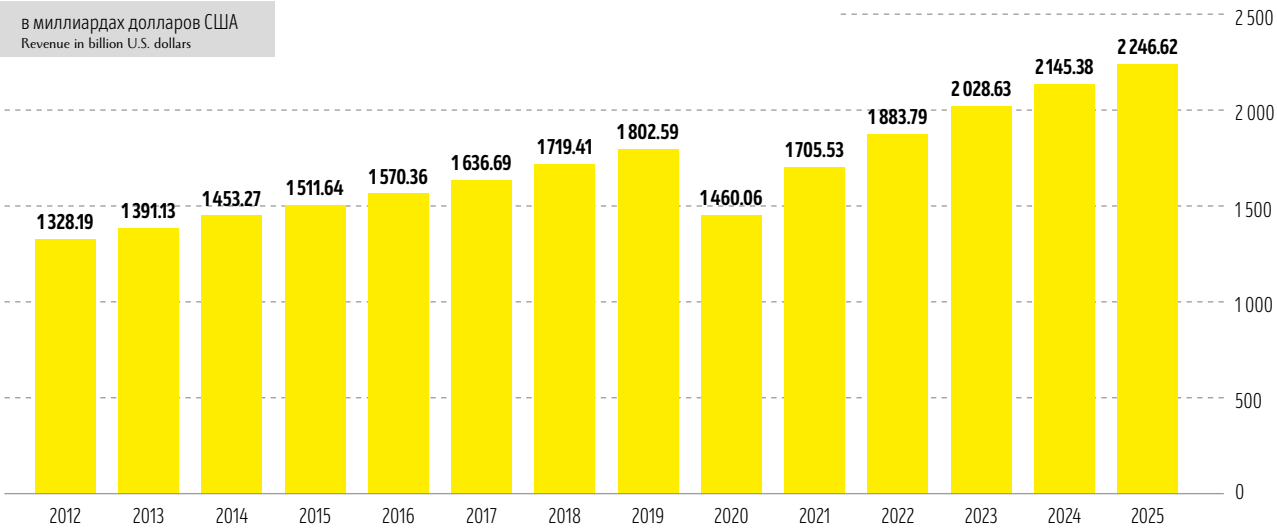
МИРОВОЙ РЫНОК ОДЕЖДЫ



WORLD CLOTHING MARKET

Выручка мирового рынка одежды с 2012 по 2025 год

Revenue of the apparel market worldwide from 2012 to 2025



Выручка мирового рынка одежды в течение наблюдаемого периода неуклонно растет. В 2020 году она составила около 1,46 триллиона долларов США. Согласно прогнозу потребительского рынка, к 2025 году эта сумма увеличится примерно до 2,25 триллиона долларов США.

Revenue generated by the global apparel market has been steadily increasing over the course of the observed time period. In 2020, revenue of this market was approximately 1.46 trillion U.S. dollars. According to the Consumer Market Outlook, this value will increase to roughly 2.25 trillion U.S. dollars by 2025.



Самые дорогие бренды одежды в мире

The World's Most Valuable Apparel Brands

Высокая мода и быстрая мода соседствуют в списке крупнейших мировых брендов одежды. Некоторые производители спортивной одежды также занимают первые места. Nike - крупнейший из них, стоимость бренда составляет почти 35 миллиардов долларов, он также имеет одну из самых высоких рыночных капитализаций.

Когда дело доходит до максимальной рыночной капитализации, первое место занимает французский конгломерат предметов роскоши LVMH - материнская компания Louis Vuitton.

Материнская компания японского модного бренда Uniqlo - Fast Retailing недавно достигла рыночной капитализации в 103 миллиарда долларов, опередив отраслевого гиганта Inditex, являющегося материнской компанией бренда Zara. Согласно рейтингу стоимости брендов 2020 года, составленному Brand Finance, менее известный Uniqlo по-прежнему отставал от Zara на три позиции, но в отчете за 2021 год будет показано, как развиваются самые последние события.

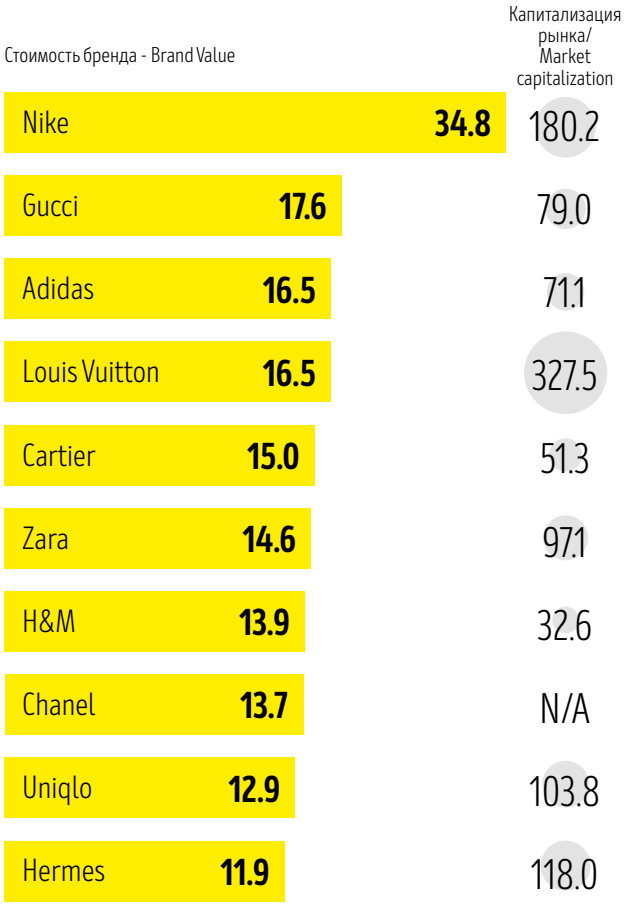
Haute Couture and fast fashion are next to each other in the list of the world's biggest apparel brands. Some sportswear makers are also highly ranked. Nike is the biggest of the bunch at a brand value of almost $35 billion and also one of the highest market capitalizations.

When it comes to the highest market caps, French luxury conglomerate LVMH - parent company of Louis Vuitton - is taking the top spot.

The parent company of Japanese fashion brand Uniqlo, Fast Retailing, recently reached a market capitalization of $103 billion, surpassing industry behemoth Inditex - the parent of Zara. As of the 2020 brand value ranking by Brand Finance, lesser known Uniqlo was still three ranks behind Zara, but the 2021 release of the report will show how the most recent events unfold.



Швейные компании по стоимости бренда и рыночной капитализации. (в млрд долларах США)
Apparel companies by brand value and market capitalization. (in billion U.S. dollars)





I.Sell.Wear



Во время пандемии спортивная одежда стала как бы «второй кожей» почти для всех жителей планеты. Нам стало некуда ходить, ушла необходимость носить строгие костюмы или сдержанную классику, хотелось перестать сковывать собственные движения и сфокусироваться на более важных вещах. На свет стали появляться новые демократичные марки с огромным выбором уютных спортивок, мировые модные гиганты также быстро подхватили тренд и адаптировали сезонные новинки под новый «домашний» режим.

During a pandemic, sportswear has become like a «second skin» for almost all inhabitants of the planet. We had nowhere to go, the need to wear strict suits or restrained classics disappeared, we wanted to stop constraining our own movements and focus on more important things. New democratic brands with a huge selection of cozy sportswear began to appear, world fashion giants also quickly picked up the trend and adapted seasonal novelties to the new «home» mode.

This is how I.Sell.Wear came up with the idea of creating a line of sportswear from the designer and concurrent entrepreneur Aysel Huseynova from Baku.

Так появилась идея создания линии спортивной одежды и у I.Sell.Wear от дизайнера и предпринимателя по совместительству Айсель Гусейновой из Баку.

«Хотелось создать что-то простое, минималистичное, в чем удобно было бы жить - гулять, уютно проводить вечера, водить машину и ходить за продуктами. Ведь в основном это и было нашим единственным видом деятельности почти весь 2020 год».

Вследствие того, что границы также были закрыты, бренд начал строиться на местном производстве, используя локальные материалы и фурнитуру. Далее на поверхность ткани наносился принт, выполненный по задумке дизайнера. Линия обновляется почти каждые 2-3 недели, постоянно привлекая покупателя новыми идеями и трендовыми течениями. Марка представлена спортивными костюмами, футболками, кепками и планирует расширяться уже в ближайшее время.

Появление марки I.Sell.Wear - это некий вызов стереотипам, суть которых в том, что невозможно превратить проблему - в возможность. Возможно все, но только, когда превыше всего ставятся потребности и комфорт тех, для кого создается продукт.



«I wanted to create something simple, minimalistic, in which it would be convenient to live - to walk, spend cozy evenings, drive a car and go grocery shopping. After all, this was basically our only activity for almost the entire 2020 ».

Due to the fact that the borders were also closed, the brand began to build on local production, using local materials and accessories. Next, a print was applied to the surface of the fabric, made according to the designer's idea. The line is updated almost every 2-3 weeks, constantly attracting the buyer with new ideas and trend trends. The brand is represented by tracksuits, T-shirts, caps and plans to expand in the near future.

The emergence of the I.Sell.Wear brand is a kind of challenge to stereotypes, the essence of which is that it is impossible to turn a problem into an opportunity. Anything is possible, but only when the needs and comfort of those for whom the product is being created are put above all.

Assortment - T-shirts, sweatshirts, hoodies, pajamas, tights.

Ассортимент
– футболки, свитшоты,
худи, пижамы, трико.





Продукция – взрослый
и детский трикотаж

Products

Knitwear for adults and children







Швейные машины **400** sewing machines

4 Printing machines
Печатные машины
шт. pcs

изделий **550.000** Monthly volume items
Ежемесячный объем

Сотрудники **1.000** Employees

Certificates
Сертификаты

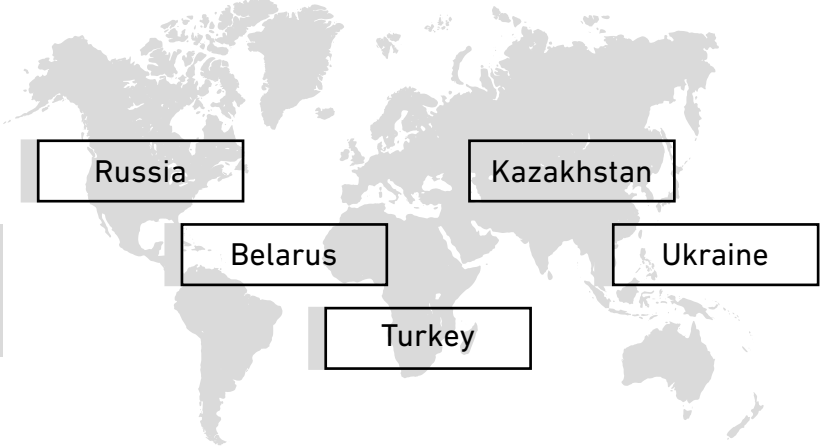
Sedex — Enabling responsible supply chains

BSCI — Business Social Compliance Initiative

ISO — International Organization for Standardization

OEKO-TEX® CONFIDENCE IN TEXTILES STANDARD 100

Export Geography



Elegant Garment
Textile

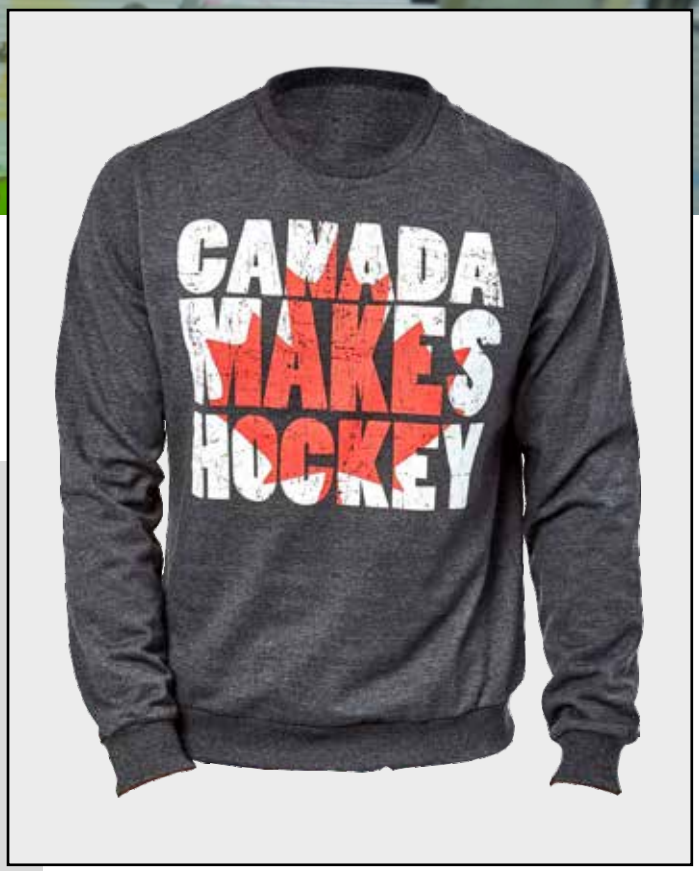


В марте 2016 года было основано предприятие ИП ООО «Elegant Garment Textile» по производству трикотажной одежды. Мы экспортируем одежду многим всемирно известным брендам.

Elegant Garment Textile was founded as an enterprise for the production of knitted clothes in March 2016. We export clothing to many world-famous brands.







+ 998 90 994 65 07

www.elegantgarment.uz

info@elegantgarment.uz

Uzbekistan, Tashkent region
Almalyk, st. Ekhtirom, building-2-v

Наша компания «PULSANTEKS» занимается производством пуговичных изделий из полиэстера и является новым участником на рынке текстильных изделий.

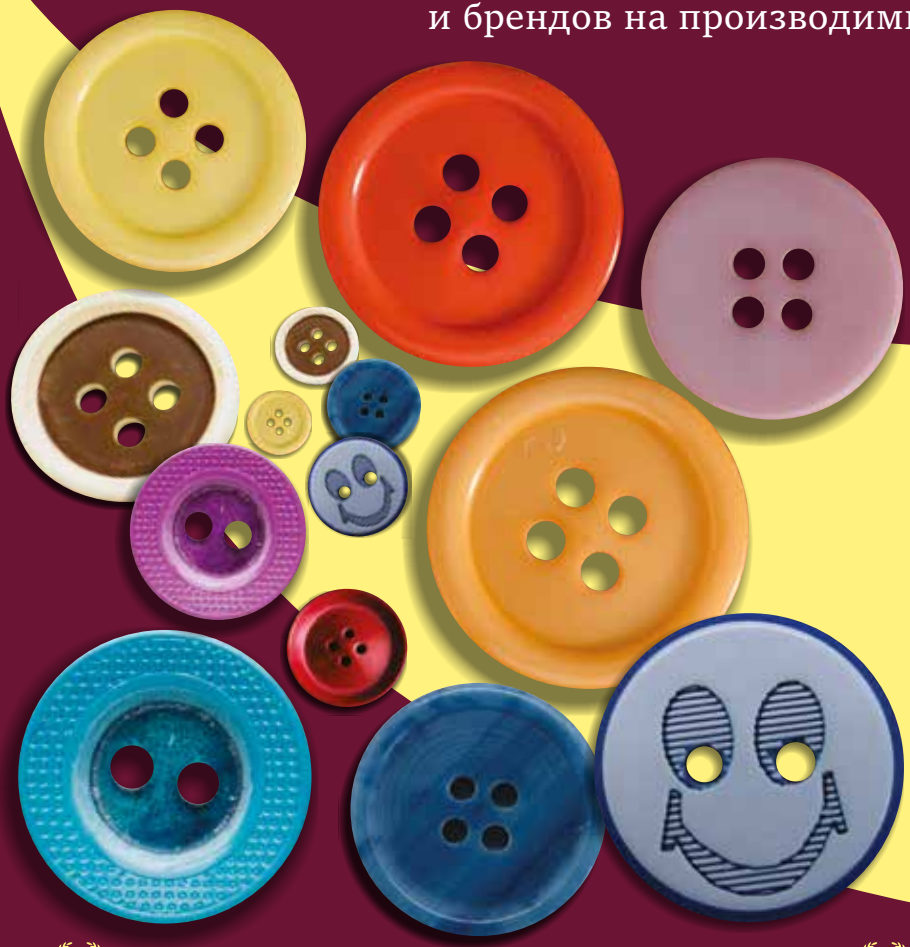
Компания производит:
пуговицы детские, женские, для костюмов и спецодежды.

Ассортимент

Более 25 000 видов и цветов

Tugma.UZ®
TEXTILE ACCESSORIES

Компания начала свою деятельность в 2017 году, используя для успешного старта профессиональное, современное итальянское оборудование с лазером Giusi и Bonetti, для нанесения логотипов и брендов на производимых пуговичных изделиях.



25 сотрудников

60 млн. пуговиц в год

+998 71 200 27 77

info@tugma.uz

г. Ташкент, Шайхонтахурский район,
ул. Пахтачи, дом 59

tugma.uz

Бизнес-тур

Все для покупателей и производителей

Организация ознакомительных визитов по Республике Узбекистан на предприятия отрасли по согласованной программе.

The program includes:
Программа включает:

Hotel reservation.
Бронирование гостиницы.

Hotel accommodation.
Размещение в гостинице.



Meeting at the airport.
Встречу в аэропорту.

Business Tour

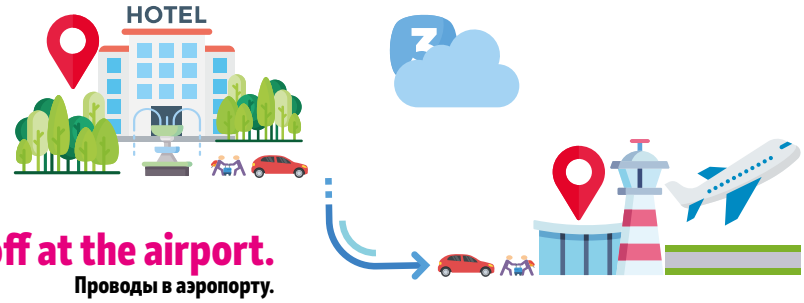
All for buyers and producers

Arrangements of visits to industry enterprises according to an agreed program in the Republic of Uzbekistan.



Visiting enterprises.
Посещение предприятий.

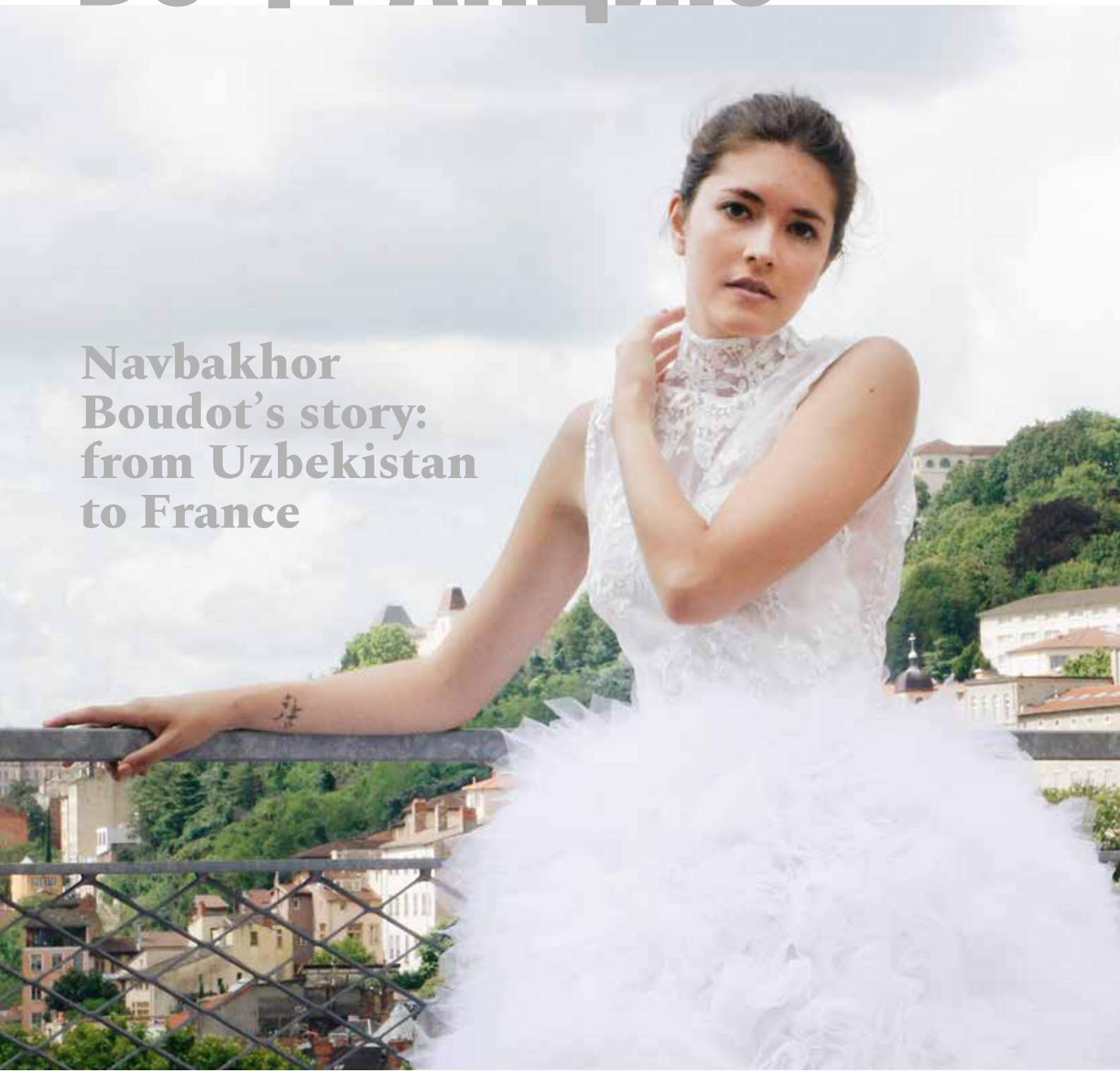
Translation services.
Оказание содействия в переводах.



Seeing off at the airport.
Проводы в аэропорту.

+998 90 9256235
wtma.uz

ИСТОРИЯ НАВБАХОР БУДО: ИЗ УЗБЕКИСТАНА ВО ФРАНЦИЮ



Navbakhor Boudot's story: from Uzbekistan to France





Навбахор Будо родом из Узбекистана, но создала свой проект Eco Couture во Франции. Проект, базирующийся в городе Лион, представляет собой сочетание модного бренда BAHOR с экологическими ценностями.

Родилась и выросла она в Узбекистане, в Хорезмской области, в скромной семье. Ее мать была швеей, а отец - рыбаком. Навбахор всегда была свободолюбива и хотела независимости. И потому, когда в 2000 году представилась такая возможность, она воспользовалась шансом продолжить обучение в Узбекском государственном университете мировых языков на кафедре французского языка. Это означало большие перемены для молодой девушки из деревни. Ее родители и особенно мать всегда поощряли ее желание продолжить учебу в Ташкенте. Но осуществить это было непросто: в этот период всей ее семье пришлось много работать, чтобы оплатить ее учебу.

Юной студентке пришлось совмещать учебу с работой в трех местах. Она работала уборщицей, готовила лагман и продавала рис. Это были тяжелые времена, но Навбахор знала: вернуться в свой кишлак – значит, сразу выйти замуж и остаться там навсегда. В 24 года она, почувствовав себя потерянной в столице, решила отправиться в новое приключение, еще дальше от родного дома. Навбахор попробовала строить свою карьеру во Франции: «Я не знала, что и как будет дальше...»

«Ташкент – это Ташкент! Он проглатывает человека, особенно, у которого нет рядом никого, никакой помощи», – говорит Навбахор.



Navbakhor Boudot is from Uzbekistan however, she created the project Eco Couture in France. The project, based in the city of Lyon, is a mix between a fashion brand with environmental values called BAHOR.

Born and raised within a modest family in the region of Khorezm, in Uzbekistan, her mother was a seamstress and her father was a fisherman. Navbakhor has always had a free spirit and wanted independence.

In 2000, she took the chance to continue her education at the Uzbekistan State University of World Languages in the French language department. It meant a big change for the young girl from the village. Her parents and especially her mother always encouraged her to continue her studies in Tashkent. But it wasn't easy to follow this rhythm. Indeed, during this period, her entire family had to work hard to pay her tuition fees.

«Tashkent is Tashkent anyway ! It swallows a person, especially a person who has no one, no help.» Says Navbakhor.











Она верила, что со всем справится, ее единственным и самым большим плюсом было знание французского языка. Во Франции она начала программу под названием «Au Pair Girl», что означает заботу о детях, когда их кормят и дают место для проживания. Впервые у Навбахор была хоть и в подвале, но своя спальня. К сожалению, в это время ее мать перенесла несколько инсультов, и двое из ее братьев были вынуждены работать в России на кабальных условиях.

Навбахор вспоминает: «Я все проглотила. Жизнь жестока! Я думала: либо я прекращаю все прямо сейчас, либо стараюсь для себя, для своих родителей, для всех. В каком-то смысле эти девять месяцев оказались переломными для меня».

Спустя какое-то время ее мать скончалась, но Навбахор все еще ощущает ее присутствие, особенно, когда шьет - ведь этому научила ее мама.

Проведя несколько месяцев во французской семье, которая ее приняла, она одолжила у друга 30 евро на покупку швейной машинки. Это было началом. Она стала шить одежду для детей и шторы для соседей. Навбахор хотела стать модельером, но учиться в школах моды и бизнеса во Франции - это дорогое удовольствие и, конечно, у нее не было средств на это. Более того, создание бренда означает знание рынка, тканей.

В 2008 году во Франции начался экономический кризис, и Навбахор несколько месяцев вынуждена была менять работу в разных компаниях. Но тут произошел еще один, поворотный момент в ее жизни: она встретила молодого француза.

«Я познакомилась со своим будущим мужем на пикнике в Le Parcde La Têted'Or, куда его пригласили друзья. Это была неожиданная, незапланированная встреча в моей жизни».

The young student had to work three jobs in the evenings and at nights and study during the day. She worked as a cleaner, cooking laghman and selling rice. It was a hard time, but Navbakhor knew that coming back to the village meant getting married quickly and staying there forever. At the age of 24, while she was feeling lost in the capital, she decided to go for a new adventure, far from home: she tried out a new career in France. «What will happen next, how...? I don't know.»

She believed she could handle everything, her only and greatest strength was speeking French. That's why she started a program called «au pair girl» in France, which means taking care of children feeding and accomodating them. For the first time, Navbakhor had her own bedroom, even if it was in the basement. Unfortunately, at that time, her mother had a series of strokes and two of her brothers were forced to work in Russia with unfair conditions.

Navbakhor remembers swallowed everything. «Life is tough! Either I stop right now, or I try, for myself, for my parents, for everyone. In a way, nine month period was turning point for me».

Some years later, her mother passed away but Navbakhor can still feel her standing next to her with goodwill when she sews.

After months in the French host family, she asked a friend for 30€ to buy a sewing machine. It was the beginning of something great. Sewing was what she knew and what her mother taught her. She started sewing clothes for the kids and she sewed curtains for some neighbours. Navbakhor had an ambition of becoming a fashion designer but fashion and business schools in France were expensive and she had no financial resources. Moreover, creating a brand means knowing the market, the fabrics, finding her deep values and ambitions. In 2008, a period of economic crisis began in France and Navbakhor worked in different companies for several months. There was another big turning point in her life, which was when she met a French young man.







Они решили пожениться и поселились в 8-м районе Лиона. В этом районе она почувствовала различия в культурах разных национальностей. Ей нужно было найти свое место и интегрироваться. Там жили представители многих общин города. Она познакомилась с женщинами-мигрантами, оказавшимися в тяжелом положении: некоторые из них, хотели устроиться на работу, кто-то умел шить, кому-то требовалась психологическая помощь. Навбахор старалась им помочь, и таким образом она попала в социальные проекты. Затем родилась мысль создать свой бизнес и нанять их. Она считала, что с помощью проекта Eco Couture сможет ускорить процесс интеграции этих женщин во французское общество. И это сработало! Пример 10 женщин-предпринимателей вдохновил других женщин. В этот же период она создала модный бренд BAHOR. Бренд обладает уникальными ценностями благодаря личной истории основателя, а также поддержке всех заинтересованных сторон, участвующих в проекте. Фирменный знак бренда - объединение узбекской и французской культур через шелк, икат, шелковый бархат и атлас. Есть и экологический аспект: некоторые товары в Лионе производятся из тканей, предназначенных для вывоза в отходы серийного или бракованного производства. Сегодня Навбахор хотела бы адаптировать этот проект для своей родины, Узбекистана.

«Практически у всех возникает один и тот же вопрос: «С чего начать?» Социальный проект не решает проблему одного человека, это проект, который решает общую проблему», - сказала Навбахор во время своего последнего визита на родину в Узбекистан.

Она убеждена, что разность культур в какой-то мере может помочь работать вместе. Даже если у вас разные языки и традиции. В настоящее время она выступает за интеграцию людей разных культур. Со своим фондом Eco Couture она работает над созданием открытого для всех мира солидарности. Благодаря модному бренду BAHOR она разделяет эти ценности с миром.

Follow the project and have a look at the actual collection :
https://bahor.fr/
https://www.instagram.com/bahorfrance/
Contact us :
Lena Monaci - Marketing and Communication Officer - Eco Couture
contact@bahor.fr
04 87 38 97 99

«I met my husband when friends invited him to a picnic at Le Parc de La Tête d'Or. It was an unexpected, unplanned meeting in my life.»

They settled in the 8th district of Lyon, a popular residential area, and they decided to get married. In this neighborhood, she discovered various cultural differences. She had to find her own place and integrate herself. A lot of communities were living together there. She met a lot of migrant women facing difficulties: some of them wanted to get a job, some knew how to sew, some needed psychological help. Navbakhor wanted to help them with her own means. Gradually, she got into social projects and decided to set up her business and hire them. Through the project Eco Couture, she believed that she could accelerate the process of integrating women into the French society. It has worked so far! Actually, there are about 10 women entrepreneurs who inspire other women. At the same time, she created the fashion brand BAHOR. The brand has strong and unique values due to the personal story of the founder but also of all the stakeholders who got involved in the project. The brand's signature is to unite the Uzbek and French cultures through silk by using ikat, silk velvet and satin. There is also an environmental aspect: some products are made in Lyon with fabrics intended for garbage arising from defective manufacturing. Nowadays, Navbakhor would like to adapt this project to her homeland, Uzbekistan.

«Almost everyone has the same question: «Where to start?». A social project is not a project that solves one person's problem, it is a project that solves a common problem.» said Navbakhor during her last homecoming, in Uzbekistan.

She is convinced that different cultures can make it work together. Even when you don't share the same language and traditions. Nowadays, she advocates the integration of people from different cultures. With her foundation Eco Couture, she works on creating an inclusive world of solidarity. Within the fashion brand BAHOR, she shares these values with the world.

azalium



ООО "AZALIUM" – производство детской и женской трикотажной одежды.

Компания была основана в 2004 году в г.Ташкенте, Узбекистан.



"AZALIUM" LLC produces knitted clothes for children and women. The company was founded in 2004 in Tashkent, Uzbekistan.

80
Швейных машин
Sewing machines

50 000+
Изделий в месяц
Items per month

17
Летний опыт
Years of experience

Rada

Сырье: 100% хлопковое полотно
Оборудование: Juki, Brother, Kansay
География экспорта: Россия, Украина и Казахстан.
Сотрудничество с брендами: Mia Cara, Cozy Home, Juno, Umka.
Собственные бренды: RADA и LOYCE

Raw material: 100% cotton fabric
Equipment: Juki, Brother, Kansay
Export geography: Russia, Ukraine and Kazakhstan.
Works with brands: Mia Cara, Cozy Home, Juno, Umka.
Own brands: RADA and LOYCE

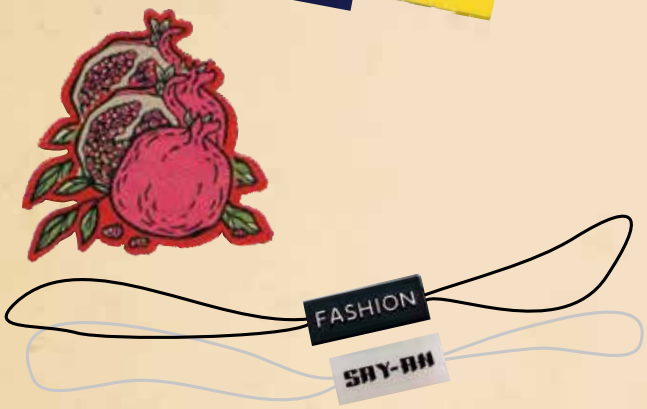
azalium.ooo@mail.ru
azalium.sales@mail.ru

+998 71 264 9628
+998 71 264 8538
+998 90 964 4291

www.azalium.uz

Uzbekistan, Tashkent
Mirzo-Ulugbek district,
Humayun array 3





Ajab etiketka

Виды производимой продукции:

Жаккадровые бирки и ленты
Шевроны и аппликации
Этикетки для обуви
Картонные навесные бирки различной формы, также упаковочные коробки
Сатиновые и нейлоновые пришивные этикетки
Самоклеющиеся этикетки и стикеры
Пластиковые пломбы с логотипом.

Предоставляем услуги:

Компьютерный дизайн этикеток
Резка, высечка, биговка, конгрев
Ламинация картонных этикеток
Полная и выборочная лакировка
Сверление фольгой
Шелкотрафаретная печать на лентах

ajab_etiketka_llc



kulhan@kulhan.uz
marketing@kulhan.uz

100117, Ташкент, Яккасарайский р-н,
ул. Шота Руставели, 53 Б

+998 71 253 05 13
+998 71 253 05 15
+998 90 919 04 72

2021
Color Trends



#FAEBD7
Set Sail Champagne





#2F4F4F
Tidewater Green

ТРЕНДОВЫЕ ЦВЕТА В 2021 ГОДУ

Product: @chupik.uz
Model: @dogah_lauren

#DAA520
Fortuna Gold



ГЛОБАЛЬНЫЕ ЦВЕТОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

Argentina #FAEBD7	France #4B0082	Korea #0000FF	Russian Federation #98FB98	Thailand #7B68EE
Australia #7B68EE	Germany #8B008B	Mexico #66CDAA	SouthAfrica #FFFF00	Turkey #00CED1
Brazil #008000	India #F08080	Global Color Trends	Spain #32CD32	United Arab Emirates #66CDAA
Canada #7B68EE	Italy #7B68EE	Netherlands #008000	Switzerland #7B68EE	United Kingdom #F08080
Chile #32CD32	Japan #FAEBD7	Norway #FF6347	Taiwan #7B68EE	UnitedStates #9400D3

Цвета имеют глубокое эмоциональное значение, они передают общие темы и небольшие характеристики культур, в которых их используют. В этих лучших цветах из 20 стран мира вы увидите, как цвет воплощает в жизнь уникальный опыт каждой страны и людей, которые живут там в 2021 году.

Colors have deep emotional meaning, communicating overarching themes and small characteristics of the cultures who use them. In these top colors from 20 countries around the world, you'll see how color brings to life the unique experience of each place and the people who live there in 2021.

ФАКТЫ О ФУТБОЛКАХ, СВИТШОТАХ И ХУДИ.

FACTS ABOUT T-SHIRTS, SWEATSHIRTS AND HOODIES.



1

Слово «свитшот» имеет английское происхождение. «Sweatshirt» переводится как «рубашка для потения» («sweat» – пот, «shirt» – рубашка) и по правилам английского языка произносится как «суэтшёрт». Но существует и другое толкование: название «свитшот» происходит от слов «sweater» (свитер), и «shirt» (рубашка).

1. The word «sweatshirt» is of English origin. «Sweatshirt» is translated as «sweat shirt» («sweat» - sweat, «shirt» - shirt) and according to the rules of the English language is pronounced as «sweatshirt». But there is another interpretation: the name «sweatshirt» comes from the words «sweater» (sweater), and «shirt» (shirt).

2

«Изобретателем» свитшота является владелец фабрики нижнего белья в городе Александр-сити (штат Алабама) Бенджамин Рассел. Однажды его сын пожаловался на то, что ему очень жарко играть в футбол в шерстяном свитере (такой была тогда футбольная форма). Заботливый отец придумал свободную хлопковую рубашку. Она не стесняет движений и хорошо впитывает пот. Он дал ей название, а также занялся производством свитшотов. Для команды сына была изготовлена целая партия такой одежды из материала, подобного тому, который использовался на фабрике для создания фирменного нижнего женского белья - плотного мягкого хлопка.

2. The «inventor» of sweatshirts is Benjamin Russell, the owner of a lingerie factory in Alexander City (Alabama). One day his son complained that it was very hot for him to play football in a woolen sweater (this was the football uniform then). The caring father came up with a loose cotton shirt. It does not restrict movement and absorbs sweat well. He gave it a name, and also started producing sweatshirts. For the son's team, a whole batch of such clothing was made from a material similar to the one used in the factory to create the company's signature lingerie - thick soft cotton.



Манера женщин и мужчин снимать с себя футболку совершенно разная: женщины обычно сначала берутся за ее края и поднимают вверх, а парни хватают футболку на спине и тянут через голову. Эта загадка так и осталась неразгаданной для человечества.

3. The manner of women and men to take off a t-shirt is completely different: women usually first grab the edges and lift them up, and men grab the t-shirt on their back and pull it over their heads. This mystery has remained unsolved for humanity.

Слово «футболка» исключительно русское название и пришло к нам в лексику с появлением игры в футбол, когда команды начали носить спортивную форму, в которой футболка и была составной частью. А во всем мире используют ее оригинально название – t-shirt.

4. The word «Footbolka» is an exclusively Russian name and came to our vocabulary with the advent of the game of football, when teams began to wear sports uniforms, in which the t-shirt was an integral part. However, the original name t-shirt is used all over the world.

Футболку в том виде, как мы ее знаем, начали производить американцы для своих пехотинцев аж в 1898 году.

5. The t-shirt, as we know it now, was first produced as early as 1898 by the Americans.

В мире существует международный день футболки. Его отмечают во многих странах земного шара в день летнего солнцестояния - 21 июня. Но первыми, кто решил отдать должное своей любимой вещи в гардеробе, стали немцы.

6. There is an international t-shirt day in the world. It is celebrated in many countries of the world on the summer solstice - June 21. However, the first who decided to pay tribute to their favorite thing in the wardrobe were the Germans.



Самым дорогим поло в мире до сих пор считается футболка «Хоум» Леннона, которая была продана за сумасшедшую сумму – 16400 долларов.

7. The most expensive polo in the world is still considered Lennon's Home t-shirt, which was sold for an insane amount of $ 16,400.

8

Топовой футболкой в Европе считают белую с принтом ремня безопасности. Поскольку штрафы очень высоки, а пристегиваться не все считают нужным, то таким образом водители-хитрецы выходят из сложившейся ситуации. Но лично мы вас призываем всегда пристегивать ремни безопасности, ведь это спасет вам и вашим близким жизнь в чрезвычайной ситуации.

8. Top t-shirt in Europe is considered white with a print of a seat belt. Since the fines are very high, and not everyone considers it necessary to fasten it, this is how the cunning drivers get out of this situation. However, we urge you to always fasten your seat belts, because this will save you and your loved ones in an emergency.



10

В мае 2008 года в Новой Зеландии праздновался «День худи», посвященный разрушению стереотипов, связанных с этой одеждой.

10. In May 2008, New Zealand celebrated Hoodie Day, dedicated to breaking the stereotypes associated with this garment.



9

На юго-западе Англии колледж Кумбешед включил худи в официальную школьную униформу.

9. In the South West of England, Coombeshead College has incorporated the hoodie into the official school uniform.

11

Накануне главных выборов в США модельеры выпустили худи с изображением Обамы стоимостью 69 долларов. Изделия разобрали «на ура».

11. On the eve of the main elections in the United States, fashion designers released a hoodie with the image of Obama worth 69 dollars. The items were sold out so fast.

MIRA

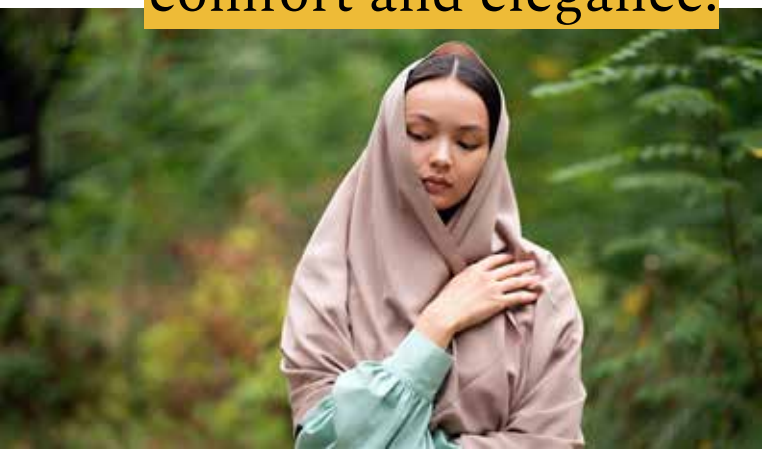
brand of women's and children's clothing.

Бренд женской и детской одежды

The MIRA brand annually produces 200 new competitive models from natural fabrics.
Capsule collections are developed every season.
The production makes from 1000 exclusive items per month.

Brand philosophy:

fresh look, minimalism, comfort and elegance.





Бренд MIRA ежегодно выпускает от 200 новых конкурентоспособных моделей из натуральных тканей.

Ежесезонно разрабатываются капсульные коллекции.

Производство выпускает от 1000 эксклюзивных изделий в месяц.



Философия торговой марки:

свежий взгляд, минимализм, комфорт и элегантность.

Адрес: Узбекистан, г.Ташкент
Торговый Центр «Афсона» 3 этаж 12 магазин.
Телефон: + 99897 4070888
Инстаграм: mira_uz
Почта: f.mira.uz@gmail.com

ООО «Vizir Collection» – производство детской трикотажной одежды. Компания была основана в 2009 году в г.Ташкенте, Узбекистан.

LLC "Vizir Collection" - production of knitted clothes for children. The company was founded in 2009 in Tashkent, Uzbekistan.



250 000 **Изделий в месяц**
items per month

Швейных машин **400**
sewing machines

370 **Сотрудников**
employees



Продукция:
детская одежда – футболки, двойки, шортики

Products:
children's clothing - T-shirts, suits, shorts.

Возрастная категория – 0 - 12 лет
Оборудование: Jack, Juita, Brother, Kansay.
География экспорта:
Россия, Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан и Сингапур.
Торговый дом: Казахстан

Age category - 0 - 12 years old
Equipment: Jack, Juita, Brother, Kansay.
Export geography:
Russia, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Tajikistan and Singapore.
Trading house: Kazakhstan

Свяжитесь с нами!

Contact us!

+998 97 763 33 03
+998 90 187 12 15
+998 71 275 66 28

www.vizir.uz

vizircollection01.01@gmail.com

Uzbekistan, Tashkent,
Uchtepa district, st. Zakaria Roziy,
1 passage, house 24.

Premier

The company

“Max Textile Style” LLC

started its activity in September 2017.
It is engaged in the production of finished knitted products under the brand “Premier”.
The company is operating with the latest Japanese equipment of the Kansai company.



Monthly volume
Ежемесячный объем

170K items
тыс. изделий.



Sewing machines
Количество швейных машин

80 pcs.
шт.



Highly qualified
Высококвалифицированных

70 employees
сотрудников

Компания

ООО «Max Textile Style»

была основана в сентябре 2017 года и занимается производством готовой трикотажной продукции под брендом «Premier».
В компании установлено современное японское швейное оборудование Kansai.

Продукция:

футболки, пижамы, зимнее белье,
нижнее белье – мужское, женское и детское.

Products:

T-shirts, pajamas, winter underwear,
underwear - for men, women and children.

MX TEXTILE STYLE

+998 97 432-03-10
+998 90 979-03-10
+998 91 190-11-13
www.maxtexstyle.uz
maxtexstyleltd@gmail.com
Tashkent region, Yangiyul, Charikov st., 18



High Speed Logistics

транспортно-экспедиторская компания, которая предоставляет широкий спектр транспортных услуг.

LLC "High Speed Logistics" is a freight forwarding company that provides a wide range of transport services.

География High Speed Logistics
Geography

1.Ближний Восток / Middle East
2.ОАЭ / UAE
3.Пакистан / Pakistan
4.Индия / India
5.Турция / Turkey
6.Вьетнам / Vietnam
7.Малайзия / Malaysia
8.Сингапур / Singapore
9.ЕС / EU

Представительства в Литве и Турции.
Representative offices in Lithuania and Turkey.

Выполняем около / We carry out about

2000 рейсов в год.
coach journeys a year.

Наличие складов в Литве и Турции позволяет оказывать услуги LTL из Турции и Европы.

The presence of warehouses in Lithuania and Turkey allows us to provide LTL services from Turkey and Europe.



100059, Tashkent,
Yakkasaray district, st.
Shota Rustaveli, 81-13

+998 90 345 0120
+998 71 250 7737

info@hsl.uz
www.hsl.uz

Ariya TEKS

Продукция:
кепки, спецодежда, куртки,
жилетки, футболки, майки, брюки.

Products:
caps, special clothing, jackets, vests,
T-shirts, trousers.









Количество сотрудников
The number of employees
200

Объём производства в год
Production volume per year
2.000.000 шт pcs

Опыт работы
Work experience
13 лет years

Страны экспорта — **Export countries**

Russia

Kazakhstan

+998935501153 +998935501191
+998935501120 +998781299191

www.ariyateks.uz
info@ariyateks.uz

Tashkent, Sergeli-7
st. Mirzo Tursunzade No. 101

BREND INVEST TEXTILE

Компания ООО «Brend Invest Textile» была основана в июне 2020 года.

Brend Invest Textile LLC was founded in June 2020.

В настоящее время компания занимается производством спецодежды, курток, брюк, жакетов, жилетов, утепленных комбинезонов, кепок, а также постельного белья.

The company is currently engaged in the production of workwear, jackets, trousers, vests, insulated overalls, caps, as well as bed linen.

Ежемесячный объем производства спецодежды – **3 тыс. изделий**

Monthly production of workwear – 3k items

Количество швейных машин

Number of sewing machines

30 шт. *pcs.*

Оборудование

Equipment

JACK











Tashkent region,
Bekabad
st. Sirdaryo, 1.

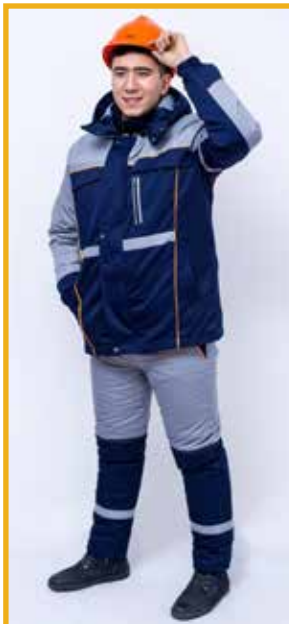
sevil2576@mail.ru

+998 99 6509576
+998 90 3543707









ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ РЕНТАБЕЛЬНОГО БИЗНЕСА

SMART-T

smart-t.uz

Mimaki



Широкоформатные принтеры для печати на текстиле Mimaki (Япония)

iECHO

PHOTONIM



Каландровые термопрессы TitanJet (Южная Корея)



Автоматические текстильные раскройщики iECHO и Photonim (КНР)

TitanJet

Ташкент
Учтепинский р-н
13 квартал, д.2

+998 90 966 4204

ОФИС, ШОУРУМ, СКЛАД, СЕРВИС

uz.smart uz_smart

DIGITAL PRINT

ПЕРЕДОВЫЕ КОМПЛЕКСЫ ДЛЯ ЦИФРОВОЙ ТЕКСТИЛЬНОЙ ПЕЧАТИ И РАСКРОЯ

ПОВСЕДНЕВНАЯ И МОДНАЯ ОДЕЖДА • ГАЛАНТЕРЕЯ И АКСЕССУАРЫ
СПОРТИВНАЯ ФОРМА И ИНВЕНТАРЬ • ДОМАШНИЙ ТЕКСТИЛЬ
НАРУЖНАЯ И ИНТЕРЬЕРНАЯ РЕКЛАМА • ФЛАГИ И СИМВОЛИКА
СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ • МЕБЕЛЬНЫЕ ТКАНИ

ДЕСЯТКИ УСПЕШНЫХ КЛИЕНТОВ ПО ВСЕМУ УЗБЕКИСТАНУ



Мастер золотого шитья

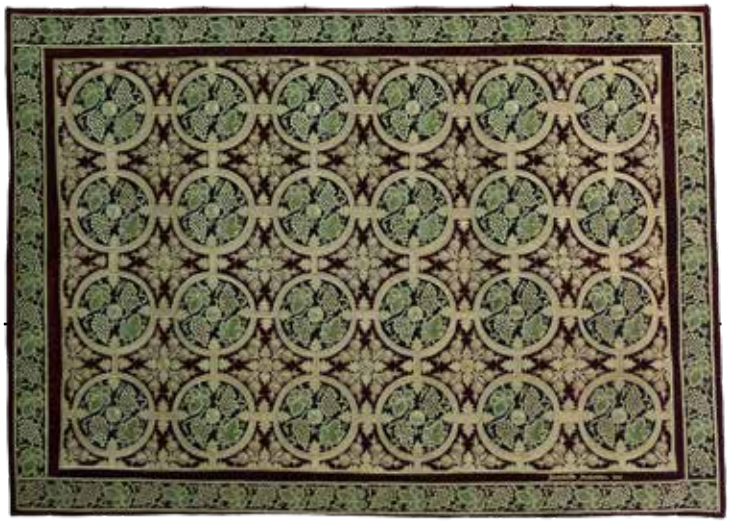
Gold Embroidery Master



Джумаев Бахшилло Ширинович

родился в 1956 году в городе Бухаре. Потомственный мастер золотого шитья. В 1977 году окончил художественно-графический факультет Бухарского педагогического института. С 1978 года работал главным художником Бухарской фабрики золотошвейных изделий. В 1994 году стал победителем Международного фестиваля ремесленников «Ремесленники за работой» в Пакистане. В 1995 году получил сертификат ООН, ЮНЕСКО и Министерства культуры Узбекистана «Мастер международного класса». В 1997 году стал победителем смотра-конкурса «Ташаббус-97», получил звание «лучший ремесленник года» и приз Президента - автомобиль. В 2009 году награжден медалью «Шухрат». С 1995 года по сегодняшний день работает руководителем центра золотого шитья «Совга».

Dzhumaev Sh. Bakhshillo,
was born in 1956 in the city of Bukhara. Hereditary master of gold embroidery. In 1977 he graduated from the Graphic Arts Department of the Bukhara Pedagogical Institute. In 1978 he worked as the Chief Artist of the Bukhara gold embroidery factory. In 1994 he won the «Craftsmen at Work» International Crafts Festival in Pakistan. In 1995 he received the certificate of the UN, UNESCO and the Ministry of Culture of Uzbekistan «Master of International Class». In 1997, he was the winner of the «Tashabbus-97» competition, received the title of «Best Craftsman of the Year» and the President's Prize - a car. In 2009 he was awarded the «Shukhrat» medal. Since 1995 to the present day he has been working as the head of the «Sovga» gold sewing center.







Красота спасет мир

BEAUTY WILL SAVE THE WORLD



Сюзане – это красота, которая пришла к нам из прошлого, живет с нами в настоящем и останется будущим поколениям.

Меня зовут Мадина Касымбаева. Я родилась и выросла в столице Узбекистана Ташкенте. С детства увлекалась вышивкой, и со временном она стала смыслом моей жизни, вдохновением и страстью. Это ремесло помогло мне реализовать себя, найти свой путь в жизни, возродить семейные традиции и помочь другим людям. Я с огромным интересом отношусь к истории вышивки в нашем регионе, традиционному узору, и делаю все возможное, чтобы сохранить традиции и передать их следующим поколениям.





My name is Madina Kasymbaeva. I was born and raised in the capital of Uzbekistan, Tashkent. I have been fond of embroidery since my childhood, and from time to time it became the meaning of my life, inspiration and passion. This craft helped me to realize myself, find my own path in life, revive family traditions and help other people. I have a great interest in the history of embroidery in our region, the traditional pattern, and I do my best to preserve the traditions and pass them on to future generations.

Suzane is one of the treasures of the national arts and crafts. Suzane is embroidered with a crochet hook - yurma seam or with a needle - bosma seam. I have always tried to understand why previous generations sought to improve and preserve this kind of manual labor. I think they themselves admired this art, they were inspired to create such masterpieces by the magnificent nature of our homeland, which they took as a basis. Suzane is unique for many reasons. The base on which the suzane is embroidered is woven by hand on a loom. The basis of the fabric is 100% silk or adras (50% silk and 50% cotton), embroidery threads - silk, dyed with natural dyes. For this, the roots of wild-growing and cultivated in Central Asia madder (ruyan), pomegranate peel, onion husks, saffron, indigo, etc. are mainly used. Suzane is very much appreciated because it is completely handmade. Suzane is created by masters with a pure soul and absorbs all the positive energy of its author. The pattern is created stitch by stitch, taking time and requiring patience and skill. Patterns are in the form of flowers that have the semantics of prosperity, the image of curly leaves should bring even greater prosperity, stylized pomegranate seeds are a symbol of fertility, a large family, and a friendly community. Suzane represents the true philosophy of the life of the East. This is a story expressed in an ornamental form.







Одним из достояний национального декоративно-прикладного искусства является сюзане. Сюзане вышивают крючком - шов «йурма» или иголкой - шов «босма». Я всегда старалась понять, почему предыдущие поколения стремились усовершенствовать и сохранить этот вид ручного труда. Думаю, они сами восхищались этим искусством, их вдохновляла на создание таких шедевров великолепная природа нашей родины, которую они брали за основу. Сюзане уникально по многим причинам. Основа, на которой вышивается сюзане, ткут вручную на станке. Основа ткани - 100% шелк или адрас (50% шелк и 50% хлопок), нитки для вышивания - шелковые, окрашенные натуральными красителями. Для этого используют в основном корни дикорастущей и культивируемой в Центральной Азии марены (руян), кожуру граната, шелуху лука, шафран, индиго и т.д. Сюзане очень высоко ценится тем, что это полностью ручная работа. Сюзане создается мастерами с чистой душой и поглощает всю позитивную энергию своего автора. Орнамент создается стежок за стежком, занимая определенное время и требуя терпения и мастерства. Узоры бывают в виде цветов, которые имеют семантику процветания, изображение фигурных листьев должно приносить еще большее процветание, стилизованные зерна граната являются символом плодородия, большой семьи, дружного сообщества. Сюзане представляют собой настоящую философию жизни Востока. Это история, выраженная в орнаментальной форме.

В прошлом сюзане использовали как аналог настенных ковров. Я решила воссоздать эти функции и, кроме того, начала вышивать платья, чапаны, обувь и аксессуары. Мой эксперимент понравился всем. Полагаю, сюзане помогает людям почувствовать связь с предками, прочувствовать их менталитет, искусство. Приятно укреплять взаимосвязь между духовным и художественным наследием. Люди всегда сильнее, когда знают свои корни.

Моя работа над сюзане и другими предметами обихода приносит мне удовлетворение, радость от моего труда, уважение и благодарность окружающих, их признание. Это счастье, когда работа в радость, да еще приносит достойный доход. Постоянно работаю над новыми проектами. Все, что умею, передаю своим ученикам. Приятно сознавать, что я обновляю, воссоздаю старинные, давно забытые ремесла.

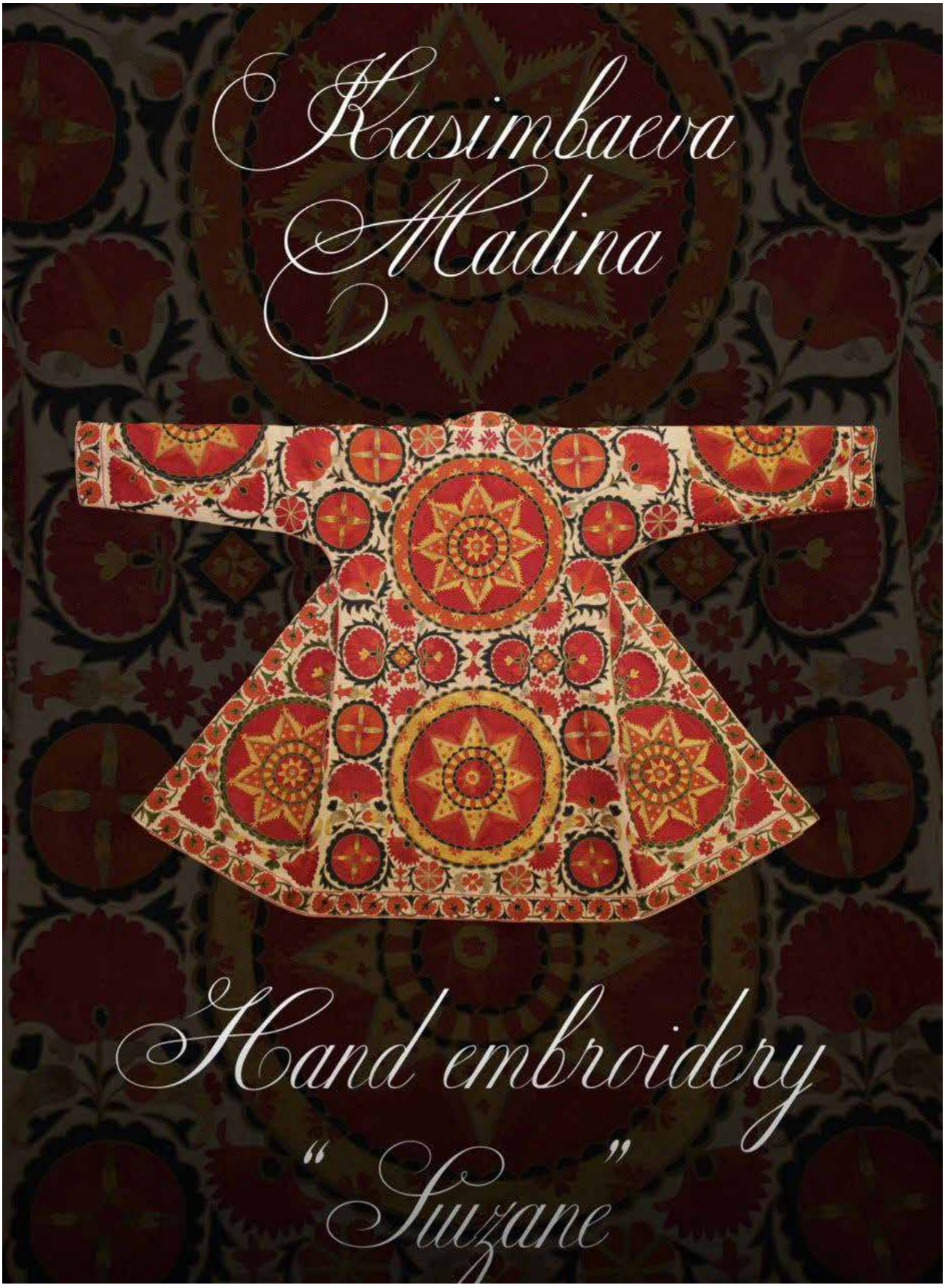
Я верю, что «красота спасет мир». Сюзане - это красота, которая пришла к нам из прошлого, живет с нами в настоящем и останется будущим поколениям.

Suzane is a beauty that came to us from the past, lives with us in the present and is here to stay for future generations.

In the past, suzane was used as an analogue of wall hangings. I decided to recreate these functions and, in addition, I began to embroider dresses, chapans, shoes and accessories. Everyone liked my experiment. I think suzane helps people to feel the connection with their ancestors, to feel their mentality, art. It is nice to foster the relationship between spiritual and artistic heritage. People are always stronger when they know their roots.

My work on suzane and other household items brings me satisfaction, joy from my work, respect and gratitude of others, their recognition. It is happiness when work is a joy, and even brings a decent income. I am constantly working on new projects. I pass on everything that I can to my students. It is nice to know that I am updating, recreating old crafts that have long been forgotten.

I believe that "beauty will save the world." Suzane is a beauty that came to us from the past, lives with us in the present and is here to stay for future generations.


Kasimbaeva
Madina
Hand embroidery
"Suzane"





86
Moel Bosh: философия устойчивости
Moel Bosh: a philosophy of sustainability

92
LALI

94
Статистика моды
Fashion Statistics

96
SAIDA AMIR

98
Мархамат Умарова:
Уважение к традициям и гармония с настоящим
Markhamat Umarova:
Respect for tradition and harmony with the present

104
ZULFIYA SULTON

106
MURSAK

108
Устойчивая мода - спасение экологии
Sustainable fashion saves the environment.

115
Мир глазами принтмейкера
The world through the eyes of a Printmaker

116
OZODA

118
Привет из будущего
Greetings from the future

120
THE MIX BY NIKOLAY NAM & ELENA MILBERGER

122
NIGORA HASHIMOVA

124
HILOLA

126
AZUKARMORENO

Moel Bosh: ФИЛОСОФИЯ УСТОЙЧИВОСТИ

Лукбук: @moelbosh

Фото: Наира Косьян @naira.kosyan
Стиль: Анатолий Ксенофонтов @anatolyksenofontov
Мейк ап: Юлия Балинска @juliabalinska
Модель: Виктория Андреева @anvi_dm
Модель: Виктория Мартынова @viktorijama

Давайте затронем тему устойчивого развития и масс-маркета. Принято считать, что многие крупные бренды активно поддерживают именно устойчивое развитие и более осознанный подход к экологии и использованию материалов. Расскажите о Вашей работе в этом направлении.

Мы уже довольно давно продвигаем идеи осознанности: поддерживаем локальных производителей (текстиля и трикотажа) и ручной труд мастеров, а также используем свои стоки для создания новых коллекций.

В одной из последних коллекций мы использовали остатки тканей, поэтому некоторые изделия были выполнены в двух цветах. Пошив из остатков материалов любого происхождения – действительно один из принципов sustainability.

Мы задумались о темпе работы нашего бренда до пандемии и решили замедлиться. Мы будем делать одну полноценную коллекцию в год и мини-коллекции из 10-12 образов в сезон. И самое главное – «освобождать» коллекции, убирая лишнее. В дальнейшем мы планируем оставлять только те изделия, которые не устареют так быстро и будут служить не один год. Это и наши фирменные пальто с ручной вышивкой, и изделия из тканей, создающихся вручную, вроде аъло-бахмаль, адрас, шойи.

Приобретая еще одну футболку в масс-маркете, мы думаем, что экономим. Но в итоге платим гораздо больше. И не только мы. Но и наша планета, потому что избыточное производство вещей очень сильно сказывается на экологии.

MOEL BOSH: A PHILOSOPHY OF SUSTAINABILITY

Let's touch on the topic of sustainable development and mass market. It is generally accepted that many major brands are actively supporting sustainable development and a more conscious approach to the environment and the use of materials. Tell us about your work in this direction.

We have been promoting the idea of awareness for quite some time now: we support local producers (textiles and knitwear) and the manual labor of craftsmen, and we also use our stocks to create new collections.

In one of the latest collections, we used remnants of fabrics, so some of the products were made in two colors. Sewing from waste materials of any origin is truly one of the principles of sustainability.

We thought about the pace of our brand before the pandemic and decided to slow down. We will make one complete collection per year and mini-collections of 10-12 looks per season. Moreover, the most important thing is to «free» the collections by removing unnecessary items. In the future, we plan to keep only those products that will not become obsolete so quickly and will last longer than one year. These are our branded coats with hand embroidery, and products made from hand-made fabrics, such as allo-bakhmal, adras, shoyi.

By purchasing another T-shirt in the mass market, we think that we are saving. However, in the end we pay much more. Apart from us, our planet also pays the price because the excess production of things has a very strong impact on the environment.

Текст – Маргарита Урманцева, главный редактор журнала Archikultura
Text - Margarita Urmantseva, editor-in-chief of Archikultura magazine

Зухра Инат – основатель и бессменный руководитель бренда Moel Bosh. Вот уже 9 лет она внедряет веяния моды одной страны в другую, имплементируя узбекскую этнику в латвийскую графичность и сдержанность. В новом интервью дизайнер рассказала о том, как меняется мода сегодня, формируется философия бренда, а устойчивое развитие становится во главу процесса.

Zuhra Inat is the founder and permanent leader of the Moel Bosh brand. For 9 years now, she has been introducing fashion trends from one country to another, implementing Uzbek ethnicity within Latvian graphicity and restraint. In a new interview, the designer spoke about how fashion is changing today, the brand's philosophy is being formed, and sustainable development is becoming the head of the process.





Что Вы закладываете в философию бренда? Есть ли какие-то негласные правила или кредо?

Думаю, что наше главное правило – эксклюзивность и использование ручной работы в каждом изделии. Мы не используем существующие паттерны тканей, а заказываем на фабриках свои, узоры и цветовые решения которых я создаю сама. А философию бренда во многом сформировали ценители Moel Bosh, ведь у них есть определенные ожидания и ассоциации. Думаю, наши пальто, жакеты, куртки с ручной вышивкой уже успели стать визитной карточкой, как и изделия из узбекского шелка с нашим фирменным рисунком. Мы постараемся все это сохранить, работая отныне по системе seenowbuynow!

What do you put into the brand philosophy? Are there any unspoken rules or credo?

I think that our main rule is exclusivity and the use of handicraft in each product. We do not use existing patterns of fabrics, but order our own from factories, the patterns and colors of which I create myself. In addition, the brand's philosophy was largely shaped by the connoisseurs of Moel Bosh, because they have certain expectations and associations. I think our coats, jackets, jackets with hand embroidery have already become a visiting card, as well as products made of Uzbek silk with our signature pattern. We will try to preserve all these features, working from now on using the seenowbuynow system!

Вы работаете одновременно для двух рынков напрямую (Узбекистан и Латвия) и для других рынков посредством онлайн-шопинга. Назовите особенности каждого рынка, свои челленджи в работе на каждом из них.

Мы всегда старались учитывать предпочтения наших потенциальных покупателей в Узбекистане, Европе и США. Но угодить всем и сразу – сложная задача. Перед началом создания коллекции мы смотрели на каждый эскиз глазами европейца и наших соотечественников. Все играет роль: форма, цвет, фактура. Думаю, нам удается сочетать восточную яркость и европейскую сдержанность. Потребители моды на карантине истосковались по ярким эмоциям, наверное, поэтому возник спрос на эмоциональный стиль. Так, после пандемии наши клиенты в Европе и Штатах захотели более ярких и далеко не европейско-сдержанных вещей. Пандемия заставила наш бренд переосмыслить свою миссию и приоритеты.



You work simultaneously for two markets directly (Uzbekistan and Latvia) and for other markets through online shopping. Please name the features of each market, your challenges in working on each of them.

We have always tried to consider the preferences of our potential buyers in Uzbekistan, Europe and the United States. But to please everyone at once is a difficult task. Before starting the creation of the collection, we looked at each sketch through the eyes of a European and our compatriots. Everything plays a role: shape, color, texture. I think we manage to combine eastern flamboyance and European restraint. Quarantined fashion consumers yearned for vivid emotions, which is probably why there was a demand for an emotional style. So, after the pandemic, our clients in Europe and the United States wanted brighter clothes which are far from European-restrained style. The pandemic has forced our brand to rethink its mission and priorities.







Как Вы считаете, что подталкивает людей на приобретение брендовых вещей?

Качество, которое всегда стоит дорого. Мы много времени тратим на поиск качественных материалов – их цена часто диктует и стоимость самого изделия. В сочетании с ручным трудом отличный материал всегда даст отличный результат. И это не только то, что снаружи, но и то, что внутри изделия.

Я считаю, нужно выбирать вещи с потенциалом, которые будут нравиться и через год, и через два. Соответственно, мы понимаем, что брендовые изделия стоят своих денег, так как их качество позволяет служить достаточно долго.

Мы работаем по принципу классического производства одежды. Пошивом каждой вещи занимается мастер, а изделие проходит этапы от макета до примерки. У нас нет конвейерного производства: всё проходит через эскиз, руки технолога и портного, 80 % – это ручной труд.

Чем примечательна мода на этнику?

Я считаю, что наряду с повышенными скоростями роста всех отраслей производства, люди чаще стали останавливаться и «оглядываться» на свои корни. Заметьте, первыми эту историю стали использовать многие известные дома моды уже несколько лет назад. И это, на мой взгляд, правильно. Таким образам удается не только сохранить культурный код, но и дать работу ремесленникам, мастерам и другим профессиям. Воссоздается своеобразный баланс между заботой об окружающем мире, традициями и происходящим здесь и сейчас.

What do you think pushes people to buy branded items?

Quality that always comes at a premium. We spend a lot of time looking for quality materials - their price often dictates the cost of the product itself. Combined with manual labor, excellent material will always give excellent results. And this is not only what is outside, but also what is inside the product.

I think you need to choose things with a perspective that you will like in a year or two. Accordingly, we understand that branded products are worth their money, since their quality allows them to serve for a long time.

We work according to the principle of classic production of clothes. Each item is sewn by a master, and the product goes through several stages from layout to fitting. We do not have an assembly line production: everything goes through a sketch, hands of a technologist and a tailor, 80% is handmade.

What is remarkable about the fashion for ethnicity?

I believe that along with the increased rates of growth in all branches of production, people are more likely to stop and «look back» at their roots. Note that many famous fashion houses were the first to use this story several years ago. And this, in my opinion, is correct. Such images manage not only to preserve the cultural code, but also to give work to artisans, craftsmen and other professions. A kind of balance is being recreated between caring for the world around, traditions and what is happening here and now.







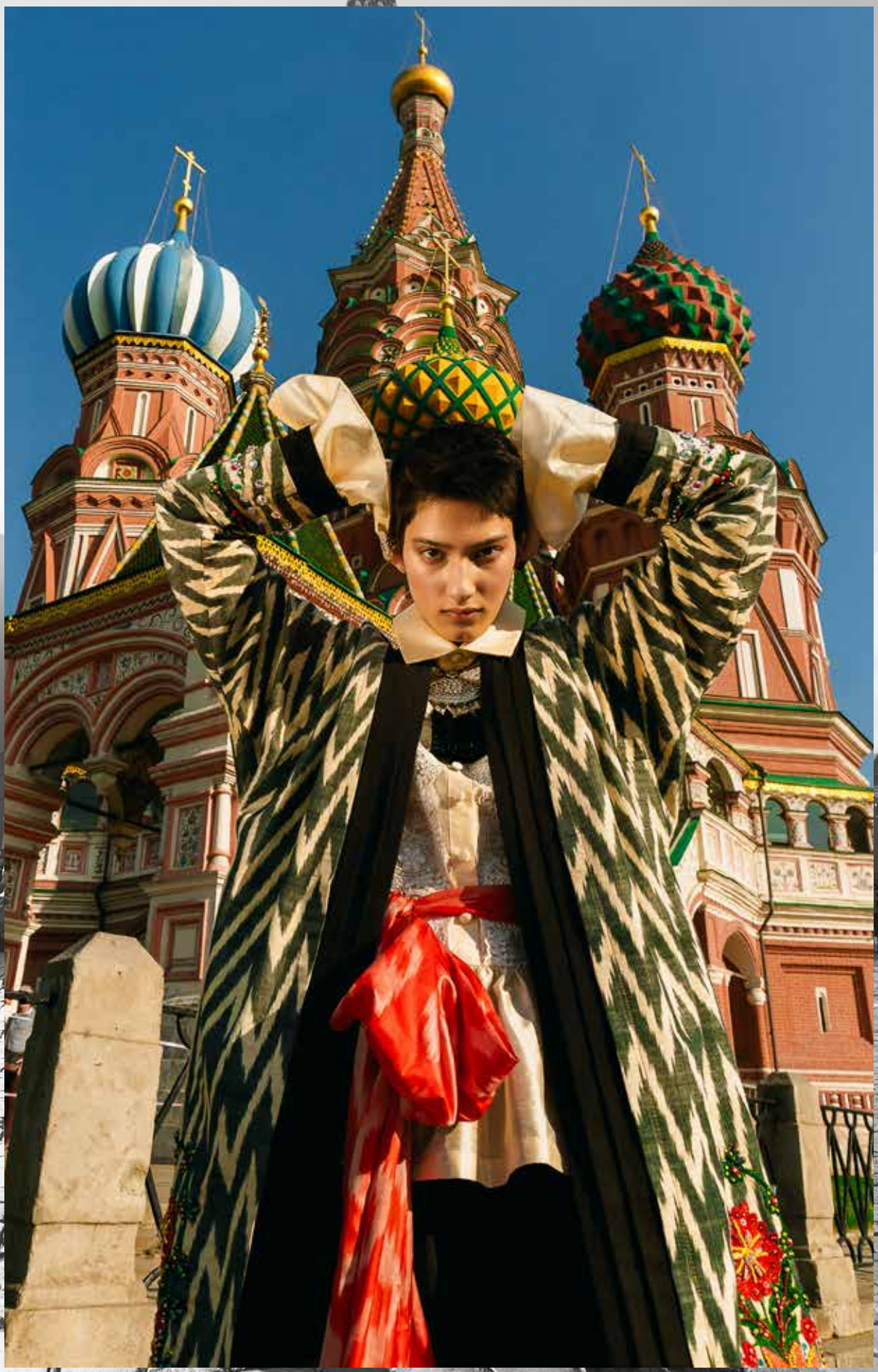


@lalifashion

LALI

LALI - Uzbek fashion brand that bases its philosophy on the artistic mix of Central Asian motives and modern fashion trends! Sophisticated and unique design that is a synthesis of western elegance and eastern charm!
Founded by a fashion designer Lali Fazilova in 2007, the brand's target audience include modern women, true metropolis inhabitants, who respect traditions, prefer comfort and excellent quality. The designer offers exquisite design solutions using multilayer compositions, complex and subtle color combinations,exclusive garments and handmade embroidery/appliqués.
The collections of 3 lines are produced under the label: «LALI» - Mainline with more artistic and couture approach, «LALI Mood» - seasonal ready-to-wear collection and «LALI HOME» - home wear, decorative textile and home accessories.

LALI - узбекский модный бренд, в основе философии которого кроется поиск синтеза глобальных модных трендов и многогранной эстетики Востока. Изделия LALI отличаются сложным конструктивным решением, многослойной композицией, тонким сочетанием цветов и традиционных тканей. Изделия марки LALI декорируются авторской ручной вышивкой и аппликациями, ткани и рисунки разрабатываются мастерами бренда по старинным технологиям.
Коллекции LALI были представлены на престижных подиумах Японии, Княжества Монако, Турции, а также Казахстана. Каждый сезон в Ташкенте, в Доме моды LALI, публике представляются новые коллекции и разработки бренда, которые зачастую олицетворяют эстетику новой узбекской моды.
LALI выпускает коллекции трех линий. Основная линия ориентирована на более кутюрный и художественный подход, на поиск новых форм синтеза моды и восточных традиций, с использованием редких тканей, созданных по старинным технологиям. В марте 2013 года LALI запустили линию готовой одежды уровня pret-a-porter LALI MOOD, ставшей первой дизайнерской pret-a-porter линией в Узбекистане. 8 декабря 2018 года состоялась презентация дочерней линии LALI HOME, выпускающей одежду и текстиль для дома в партнерстве с узбекскими фабриками и ритейл-компаниями.



Самвазим Фазылов – фотограф





Project @cafb.asia
Creative director @anya.ve
Style @lolita_tur
Hair @nodira.turadzhanova
Make up @kambek_makeup
Model @olyamikhaylovaa
Project manager @poli_a
Wear @aparishop

СТАТИСТИКА МОДЫ

FASHION STATISTICS



Project @cafb.asia
Creative director @anya.ve
Designer @myelari
Model @ainur_2301 @nmodelagency
Make up @kambek_makeup
Jewelry @mmaxfashion_jewelry

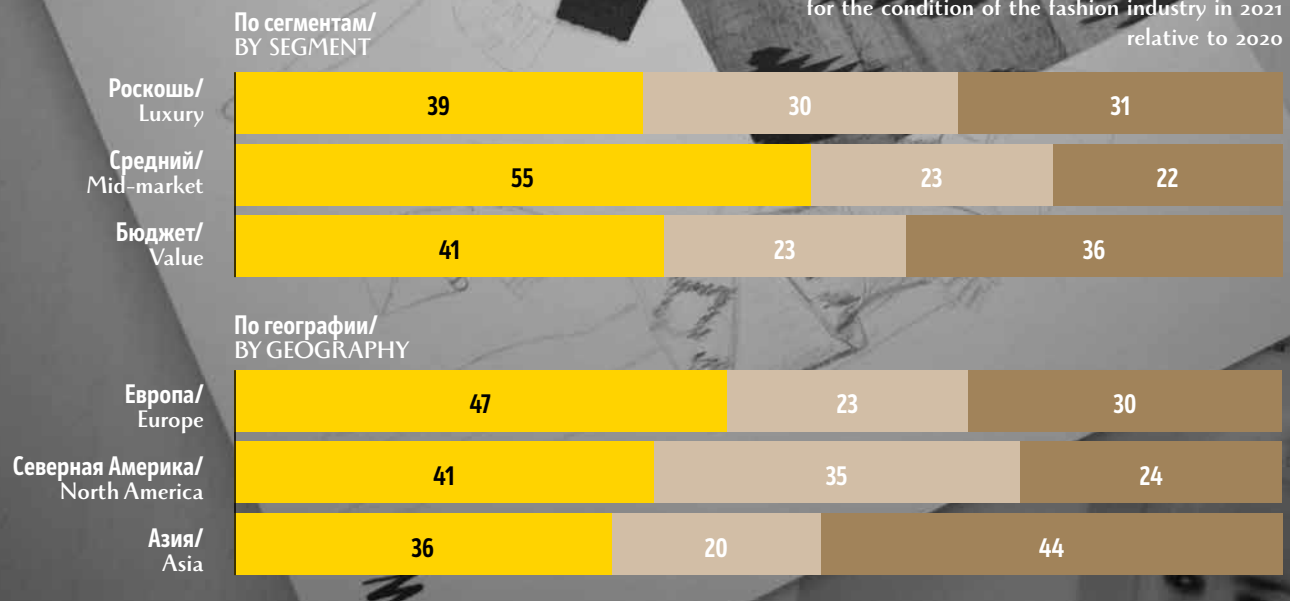


Project @cafb.asia
Model @yakovleva_99_
Make up @kambek_makeup
Retouch @tomukhina_veronika

МНЕНИЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ИНДУСТРИИ МОДЫ РАЗДЕЛИЛИСЬ КАСАТЕЛЬНО ПЕРСПЕКТИВ ИНДУСТРИИ В 2021 ГОДУ.

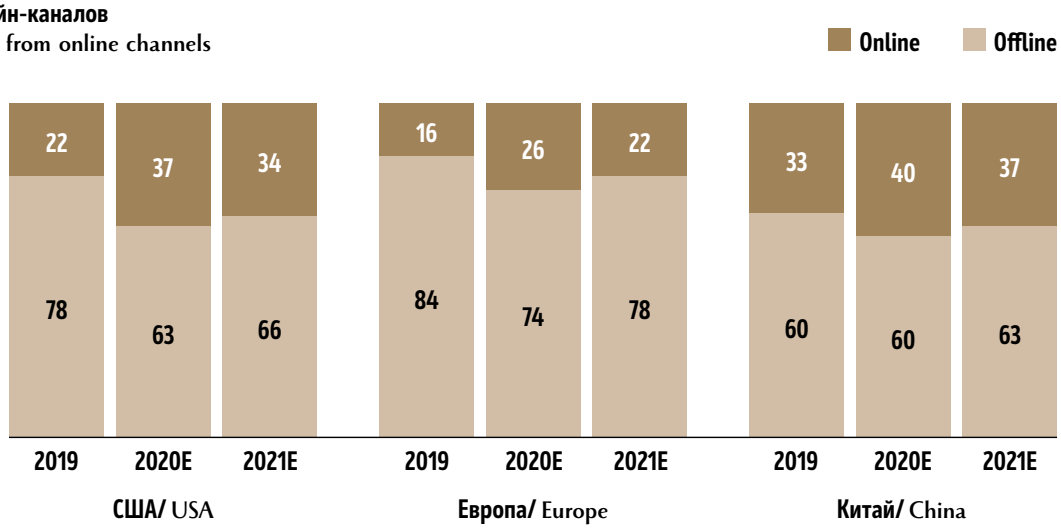
FASHION EXECUTIVES ARE DIVIDED ON THE OUTLOOK FOR THE INDUSTRY IN 2021

Процент респондентов из числа представителей индустрии моды об ожидаемом состоянии в этой сфере в 2021 году по сравнению с 2020 годом.
% Of fashion executive respondents, expectations for the condition of the fashion industry in 2021 relative to 2020



ОЖИДАЕТСЯ, ЧТО ДОЛЯ ОНЛАЙН-ПРОДАЖ В 2021 ГОДУ СОХРАНИТСЯ НА ВЫСОКОМ УРОВНЕ.
THE SHARE OF ONLINE FASHION SALES IS EXPECTED TO REMAIN HIGH IN 2021

Доля продаж от онлайн-каналов
Share of fashion sales from online channels



ОЖИДАЕТСЯ, ЧТО ИНДУСТРИЯ ТУРИЗМА (ПОЕЗДКИ) БУДЕТ РАЗВИВАТЬСЯ В СООТВЕТСТВИИ С ЧЕТЫРЬМЯ ЭТАПАМИ, ПРИ КОТОРЫХ КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЕ, ТАК И МЕДИЦИНСКИЕ ФАКТОРЫ ФОРМИРУЮТ РЫНОК.
TRAVEL RECOVERY IS EXPECTED TO EVOLVE ACROSS FOUR STAGES, WITH BOTH ECONOMIC AND HEALTH FACTORS RESHAPING THE MARKET



1

Кризисный год/ Crisis year
Пик пандемии сопровождается систематическими блокировками, постоянными ограничениями на поездки и нежеланием путешествовать.
Peak pandemic accompanied by systematic lockdowns, consistent travel restrictions and reluctance to travel.

2

Восстановление после пандемии/
Pandemic recovery
Государственные ограничения постепенно ослабляются по мере сдерживания вспышек, и у потребителей возвращается доверие к безопасным поездкам.
Governmental restrictions gradually ease as outbreaks are contained, and consumers slowly regain trust in safe travel.

3

Экономическое восстановление/
Economic recovery
Ограничения на поездки в основном исчезли, и общественное доверие к поездкам вернулось в норму. Экономика медленно восстанавливается.
Restrictions on travel have mostly disappeared and public confidence in travel is back to normal. The economy slowly recovers.

4

Новое состояние/ New normal
Возвращение к нормальному состоянию для большинства путешественников. В некоторых секторах по-прежнему сказываются долгосрочные изменения в поведении и предпочтениях потребителей.
Return to normal for the majority of travelers. Some sectors remain affected by secular shifts in consumer behaviour and preference.



saida_amir
saidaamirofficial

AMIR



Photo: Isfandiyor Valiev
Style: Zufar Tolibjonov
Model: Aleksandra Yakovleva
Jewelry: Elf Corporation

МАРХАМАТ УМАРОВА:

УВАЖЕНИЕ К ТРАДИЦИЯМ И ГАРМОНИЯ С НАСТОЯЩИМ

RESPECT FOR TRADITION AND HARMONY WITH THE PRESENT



Компания WTMA обратилась к фешн-дизайнеру Мархамат Умаровой с просьбой рассказать о бренде MARU и его перспективах.

The WTMA company requested the fashion designer Markhamat Umarova to tell about the MARU brand and its prospects.

Философия бренда?

Сохранение традиций - культурных, исторических, вобравших многовековой опыт производства тканей, вышивок различных способов и стилей, интеграция исторического костюма разных регионов Узбекистана и Центральной Азии в современный лук. Кроме того, философия бренда - уважение к каждому, кто причастен к созданию одежды от MARU, - к хлопкоробам, производителям шелкопряда, ткачам и мастерам-абрбандам, закройщице и портнихе. Поскольку изделия от MARU создаются из натуральных тканей, производимых мастерами Ферганской долины, Бухары, важной составляющей бренда, является осознанное, трепетное отношение к потреблению, а именно к использованию тканей, в том числе и винтажных, где главным принципом является безотходность производства.

Я осознанно подхожу к использованию различных традиционных техник декорирования. Например, используя набойку (старинную технику нанесения рисунка), конечно, создаю уникальный дизайн, но при этом я понимаю, что создаю и рабочее место, помогаю сохранению традиционного ремесла. Заказывая золотую вышивку мастеру-золотошвею из Бухары или вышивку шелком мастерице из Нураты, я отчетливо осознаю, как мы все взаимосвязаны, и то, как важен вклад каждого мастера в процесс создания уникального продукта от MARU.

Минимализм, основанный только на сложном оригинальном крое, или простой наряд, но активно декорированный вышивкой или набойкой, отделанный винтажной тесьмой или серебряными винтажными деталями - в любом случае лук от MARU - это одежда, которая легко вписывается в гардероб современной женщины. Это абсолютно гармоничный образ. Для меня важно быть активно интегрированной в мировую фешн-индустрию и при этом сохранить историческую и культурную ценность традиций.

Please, tell us about your brand philosophy?

Preservation of traditions - cultural, historical, which have absorbed centuries of experience in the production of fabrics, embroidery in various ways and styles, the integration of historical costumes from different regions of Uzbekistan and Central Asia into a modern bow. In addition, the brand's philosophy is to respect everyone involved in the creation of MARU clothes - for cotton growers, silkworm producers, weavers and abrband craftsmen, cutters and dressmakers. Since MARU products are created from natural fabrics produced by masters of the Fergana Valley, Bukhara, an important component of the brand is a conscious, reverent attitude to consumption, namely to the use of fabrics, including vintage ones, where the main principle is non-waste production.

I am consciously using various traditional decorating techniques. For example, using a heel (an old technique of drawing), of course, I create a unique design, but at the same time I understand that I am also creating a workplace, helping to preserve the traditional craft. When ordering a gold embroidery from a gold embroidery master from Bukhara or silk embroidery from a craftswoman from Nurata, I clearly realize how we are all interconnected, and how important is the contribution of each master to the process of creating a unique product from MARU.

Presenting minimalism based only on a sophisticated original cut, or a simple outfit, but actively decorated with embroidery or print, trimmed with vintage braid or silver vintage details - in any case, the MARU bow is a garment that easily fits into modern women's wardrobe. This is an absolutely harmonious image. It is important for me to be actively integrated into the global fashion industry and at the same time preserve the historical and cultural values of traditions.



Какими тремя прилагательными можно охарактеризовать Ваш бренд?

Краткость сестра таланта. Но мне не удастся ограничиться тремя прилагательными

1. Вневременной
2. Экологичный
3. Элегантный
4. Интеллектуальный
5. Мультикультурный
6. Эмоциональный

Вневременной - потому, что для меня важен устойчивый дизайн. Я стремлюсь придерживаться идеи одежды, неподвластной времени, создавать вещи на все времена. А такие кейсы реально есть в истории бренда.

Экологичный - потому, что в работе используются эко ткани - хлопок, шелк. Используются также винтажные ткани и сюзане. И еще: важным в работе является бережное отношение к ткани, продуманный крой с минимумом неиспользованных остатков.

Элегантный - изысканная лаконичность, чуткое сочетание разных фактур (кожи и тончайшего шелка, бахмаля с кожей, лен и шелк), никакого украшательства просто ради украшательства, безупречность кроя и обработки.



What are three adjectives that characterize your brand?

Brevity is the soul of wit. However, I won't be able to limit myself to three adjectives.

1. Timeless
2. Eco-friendly
3. Elegant
4. Intelligent
5. Multicultural
6. Emotional

Timeless - because sustainable design is important to me. I strive to adhere to the idea of timeless clothing, to create things for all time. Moreover, such cases really exist in the history of the brand.

Eco-friendly - because we use eco-friendly fabrics - cotton, silk, including vintage fabrics and suzane. One more thing: the most important thing in the work is a careful attitude to the fabric, a well thought-out cut with minimum waste.

Elegant - refined laconicism, a sensitive combination of different textures (leather and the finest silk, fringe with leather, linen and silk), no embellishment just for the sake of embellishment, impeccable cut and processing.

Intelligent - experiments with cut, with textures of materials. Convertible clothes, double-sided outfits.

Multicultural. Immensely respecting the traditions, culture of Central Asia, actively using wealth, crafts and traditional techniques, I am an adherent of the Japanese aesthetics of minimalism. I work with interest in traditional fabrics from different countries, recently created my model?? from cotton brought from Africa as it differs from the cotton we are used to in terms of density, ability to keep shape and, of course, absolutely fantastic in color. I study actively and enthusiastically the folk costumes of various countries, looking for interesting details and ideas, transforming them into my products. For example, while studying the sewing of a kimono in Japan, I mastered a special hand-made seam. Using it, I created a chapan, which is divided into segments and connected by this Japanese seam. This has resulted in the unique double-sided chapan that easily fits into both everyday and evening looks. For the creation of this chapan and a number of other products, I received a Certificate of Quality from UNESCO.

Emotional - clothes from MARU always evoke emotions: delight, joy, happiness, surprise, a feeling of exclusivity and comfort.

Интеллектуальный - эксперименты с кроем, с фактурами материалов. Одежда-трансформер, двухсторонние наряды.

Мультикультурный. Безмерно уважая традиции, культуру ЦА, активно используя достояние, ремесла и традиционные техники, я являюсь приверженцем японской эстетики минимализма. С интересом работаю с традиционными тканями разных стран, недавно создавала из хлопка, привезенного из Африки, он отличается от привычного для нас хлопка по плотности, по способности держать форму и, конечно, абсолютно фантастический по колористике. Активно и увлеченно изучаю народные костюмы стран, выискивая интересные детали и идеи, трансформирую это в свои изделия. Например, изучая пошив кимоно в Японии, освоила особый ручной шов. Используя его, создала чапан, который разделен на сегменты и соединен этим японским швом. Благодаря чему получился уникальный двухсторонний чапан, который легко вписывается как в повседневный, так и вечерний образы. За создание этого чапана и ряда других изделий я получила Сертификат качества от ЮНЕСКО.

Эмоциональный - одежда от MARU она всегда вызывает эмоции: восторг, радость, счастье, удивление, ощущение исключительности и комфорта.

Есть ли у Вас какая-то внешняя деталь, по которой Вашу продукцию можно узнать?

Отличительной деталью можно назвать ручной японский шов, двухсторонний чапан, одежда-трансформер, ручная набойка, используемая на шелке и шелковом газе, но есть коды, по которым можно узнать наряд от MARU. Это, прежде всего, вневременной дизайн. Это скрупулезное отношение к качеству. К качеству ткани, из которой производится изделие. Высокие требования к обработке, пошиву, дизайну. Я просто влюблена в свою работу, и в сочетании с моим перфекционизмом это дает видимые результаты.

Do you have any external detail by which your products can be distinguished?

A distinctive detail can be called a hand-made Japanese stitch, the double-sided chapan, a transforming garment, a hand print used on silk and silk gauze, but there are codes by which you can recognize the outfit from MARU. It is, above all, a timeless design. This is a meticulous attitude towards quality. The quality of the fabric from which the product is made. High demands on processing, sewing, design. I am simply in love with my work, and in combination with my perfectionism it gives visible results.

What is a MARU client like?

A self-confident person, ready to develop, improve, open to experiments, this is a woman, a girl who surprisingly and successfully combines career, study, family, raising children, has an active social position, leads an active lifestyle. And for her, clothes from MARU are a choice that organically fits into a lifestyle that helps to open up and add new colors, clothes that can be put on in the morning to work, and in the evening, turned over to the other side, go to a reception or a party. They are very often representatives of the diplomatic corps, expats, ambassadors, and guests of the country. And these are those who are keenly interested in the culture of Uzbekistan, who respect the traditions and heritage of the people living in our country. Genuine interest, admiration for fabrics, embroidery, curiosity for crafts, for creative solutions - this is what pleases and inspires me. A big bonus in my work is meeting and communicating with interesting, extraordinary people. In most cases these are clients first, and then we become friends or good acquaintances.





Клиентка бренда MARU, какая она?

Уверенная в себе личность, готовая развиваться, совершенствоваться, открытая к экспериментам, это женщина, девушка, которая удивительным образом и успешно сочетает карьеру, учебу, семью, воспитание детей, имеет активную социальную позицию, ведет активный образ жизни. И для нее одежда от MARU - выбор, который органично вписывается в образ жизни, который помогает раскрыться и добавить новых красок, одежда, которую можно одеть утром на работу, а вечером, перевернув на другую сторону, отправиться на прием или вечеринку. Очень часто - это представители дипкропуса, экспаты, послы, гости страны. И это те, кто живо интересуется культурой Узбекистана, кто с уважением относится к традициям и достоянию народов, живущих в нашей стране. Неподдельный интерес, восхищение тканями, вышивкой, любопытство к ремеслам, к творческим решениям - вот что радует и вдохновляет меня. Большим бонусом в моей работе является знакомство и общение с интересными, неординарными людьми. Очень часто сначала это клиенты, а потом уже мы становимся друзьями или хорошими знакомыми.

Что Вас вдохновляет?

Путешествуя по Японии, изучая японскую чайную церемонию и крой кимоно, занимаясь Тай чи (Тайдзицуань), совершая походы в горы, посещая музеи, находила и нахожу в этом вдохновение и идеи для творчества. Приобретя старинные оби, вдохновилась и полюбила японскую эстетику. По возвращении в Ташкент была создана коллекция «Токио-Камакура», изюминкой которой стал двухсторонний чапан с использованием ручного японского шва. В большей своей части коллекция была создана из винтажных оби (широкий пояс, повязываемый на кимоно). Причем фактически безотходно. Так, например, было сшито пальто и

What inspires you?

Studying the Japanese tea ceremony, practicing Tai Chi (Taijitsuan), traveling, hiking in the mountains, visiting museums, I found and still find in this inspiration and ideas for creativity. This is how the Tokyo-Kamakura collection was created. Traveling around Japan, studying kimono sewing, attending my sensei's tea ceremony, acquiring antique obi, I got inspired and loved Japanese aesthetics. So, returning to Tashkent, she created a collection, the highlight of which was the double-sided chapan using the hand-made Japanese stitch. For the most part, the collection was created from vintage obi (a wide belt tied to a kimono). Moreover, it is virtually wasteless. So, for example, a coat and a dress were made from one (!) Obi. Thus, the old hand-made fabric, textured, gorgeous in color, having been a part of a Japanese costume for several decades, found its continuation in the modern outfits of an Uzbek designer. By the way, the coat from the collection was purchased by a charming Japanese woman who was delighted with such a transformation of the traditional element of the Japanese national costume.

Do you have a favorite quote that helps in difficult circumstances? Or perhaps a life motto?

There is a Japanese expression: «Every meeting happens once» It is about the value of each moment, which is never repeated. This expression reminds me and helps to feel, penetrate and leave a meeting in my memory not only with a person, but also with a place, with an event. So I remembered this expression while I was at the backstage of a fashion show at the US Department of State in Washington. There were participants from more than 100 countries, I was busy with work, in the hustle and bustle, and at some point I stopped, remembered this expression, looked around, it was an amazing feeling. There were people of different nationalities, cultures, it looked very colorful, various accents and dialects could be heard making the atmosphere noisy, everyone was excited, active, emotional, and we were all doing the same thing! It was amazing! Two years have passed, and I remember this moment, and my feelings, all sounds, smells, pictures, facial expressions, flowers, outfits!

платье из одного оби. Таким образом, старинная ткань ручного производства, фактурная, колористически великолепная, пробыв деталью японского костюма несколько десятилетий, нашла свое продолжение в современных нарядах узбекского дизайнера. Кстати, пальто из коллекции приобрела очаровательная японка, которая была в восторге от такого перевоплощения традиционного элемента японского национального костюма.

Есть ли у Вас любимая цитата, которая помогает в трудных обстоятельствах? Или, возможно, жизненный девиз?

Есть такое японское выражение: «Каждая встреча единожды» Это о ценности каждого момента, который никогда не повторяется. Мне это выражение напоминает и помогает прочувствовать, проникнуться и оставить в памяти встречу и не только с человеком, но и с местом, с событием. Так я вспомнила это выражение, находясь на бэкстейдже фэшн шоу в Госдепартаменте США в Вашингтоне. Там были участники более чем из 100 стран, я была занята работой, в суете, и в какой-то момент остановилась, вспомнив это выражение, оглянулась, это было потрясающее ощущение. Там были люди разных национальностей, культур, это выглядело очень колоритно, стоял шум, состоявший из говора на разных языках и диалектах, все были возбуждены, активны, эмоциональны, и мы все делали одно дело! Это было восхитительно! Прошло два года, а я помню и этот момент, и свои ощущения, все звуки, запахи, картинки, выражения лиц, цветов, нарядов!

Еще есть выражение, которое всегда при мне: «Проблем не существует, есть задачи, которые надо решать» И мне это нравится - решать задачи! В минуты напряжения вспоминаю выражение «кто лишен мягкости, тот лишен всех благ». А еще меня вдохновляют высказывания Черчилля, Ошо. Каждое утро начинаю с благодарности, мысленно и вслух.

Что ожидать от бренда в будущем?

Однозначно - развития и движения по выбранному направлению. Создание новых коллекций, участие в фешн-показах. Еще - развитие нового для меня направления в электронной коммерции. Создание коллекции Homeby Maru. Недавно для меня стало новым опытом участие в выставке New Olds, и я поняла, что это тоже направление мне интересно, когда можно выразить себя, участвуя в выставке с видеоинсталляцией. Лично для себя вижу важным продолжать свою деятельность в проведении тренингов и презентаций для популяризации культурного текстильного наследия Узбекистана, как дома, так и за рубежом.

There is also an expression that is always with me: «There are no problems, there are tasks that need to be solved» And I like it - to solve problems! In moments of tension, I remember the expression «who is deprived of softness, he is deprived of all benefits.» I am also inspired by the statements of Churchill, Osho. Every morning I start with gratitude, mentally and aloud.

7. What to expect from the brand in the future?

We definitely expect further development and movement in the chosen direction as well as creation of new collections and active participation in fashion shows. E-commerce and the creation of the Homeby Maru collection could be our new areas of development. Recently, I have gained new experience participating in the New Olds exhibition, and I realized that this is another area of my interest, where I can express myself using video installation during the exhibition. Personally, I feel that it is vitally important to continue my training programmes and presentations in order to popularize the cultural textile heritage of Uzbekistan, both at home and abroad.






ZULFIYA SULTON
COUTURE
@zulfiyasulton







MURSAK

FASHION HOUSE

@mursak.boutique
mursak





УСТОЙЧИВАЯ МОДА

- СПАСЕНИЕ ЭКОЛОГИИ.

SUSTAINABLE FASHION SAVES THE ENVIRONMENT.



- Пожалуйста, расскажите немного вообще об устойчивой моде. Что это?

- Это обширное понятие, куда входит одежда, созданная из экологических волокон и полотна, сотканного вручную, а не на заводах и фабриках. Без химических красок и обработок. Синтетическая одежда тоже может быть устойчивой, но в том случае, если одежда создана из переработанного материала - пластика, бумаги, металлических консервных банок, старых кроссовок, шин от машин и многого другого, из чего можно соткать полотно. В последнее время погоня за устойчивой модой набирает обороты, в технологии производства этого продукта уже есть свои конкуренты, и это рождает новые идеи.

К примеру, мексиканский бренд по производству тканей Desserto выпускает первую в своем роде органическую кожу, сделанную из опунции или кактуса nopal. Материал частично биоразлагаем, эластичен, долговечен и является подходящей заменой как кожи животных, так и синтетических материалов. Примечательно, что инновационный удобный веганский материал еще и дышит, что делает его сравнимым с тем, как «работает» кожа животных.

Идея использования этого сырья возникла потому, что это растение не нуждается в воде, и его много растет по всей Мексике.

- Please, tell us a little about sustainable fashion in general. What is it?

«It is a broad concept that includes garments made from sustainable fibers and hand-woven fabrics rather than those produced by plants and factories. No chemical paints and treatments. Synthetic clothing can also be sustainable, but only if the clothing is made from recycled materials - plastic, paper, tin cans, old sneakers, car tires, and many more that can be woven into linen. Recently, the pursuit of sustainable fashion is gaining momentum, the production technology of this product already has its competitors, and this gives rise to new ideas.

For example, the Mexican fabric brand Desserto produces the first of its kind organic leather made from prickly pear or nopal cactus. The material is partially biodegradable, elastic, durable and is a suitable replacement for both animal skin and synthetic materials. It is noteworthy that the innovative comfortable vegan material also breathes, which makes it comparable to how animal skin "works".

The idea of using this raw material appeared because this plant does not need water, and it grows

Компания World Textile Marketing Agency обратилась к одному из лучших дизайнеров Узбекистана - Камоле Рустамовой (Azukar Moreno) с просьбой рассказать об устойчивой моде в Европе и Узбекистане.

World Textile Marketing Agency approached one of the best designers in Uzbekistan - Kamola Rustamova (Azucar Moreno) with a request to talk about sustainable fashion in Europe and Uzbekistan.







Еще один пример - испанский предприниматель и основатель брендов Fun&basic и ECOALF Хавьер Гойенече. Поражает то, как он хорошо сочетает науку и бизнес. Он стал первым предпринимателем, превратившим пластик в нити, из рыболовных сеток разработал куртки-пуховики, а из автошин - кроссовки. Его беспокоят две вещи. Первое - уметь управлять успехом собственного бренда. Второе - это океан, так как все больше и больше мусора скапливается в нем, что отрицательно влияет на экологию. Каждый месяц в моде появляется новая тенденция. «А главная цель ECOALF заключается в том, чтобы создать модный бренд немного вне времени, чтобы купленная куртка служила несколько сезонов». Он подписал соглашение о сотрудничестве, чтобы присоединиться к самому амбициозному проекту. Уникальный, сложный и новаторский проект, конечной целью которого является превращение пластика Средиземноморья в нитку для изготовления тканей и одежды.

Что касается натурального сырья, его не всегда можно отнести к устойчивой моде. Увидев качественную футболку из экологического хлопка, можно подумать: «О, маечка из стопроцентного хлопка, наверняка этот экологический продукт из серии устойчивой моды».

К сожалению, это ошибочное мнение, так как хлопок не всегда относится к устойчивой моде. Причиной тому - для выращивания качественного хлопка требуются пестициды и много воды, что очень вредит экологии, а также организму человека. Но технологи над этим работают и выращивают хлопок при максимальной экономии воды. К сожалению, пока этот метод не может быть применен массово. Но все же, прогресс намечается и в этом направлении. Еще один пример - шелк, который многие защитники экологии считают не устойчивым волокном. Это потому, что шелк производится агрессивным методом. Ведь, чтобы получить тонкую шелковую нить, приходится заживо варить гусениц. А миссия устойчивой моды – это сохранение экологии и стремление не наносить вреда живым существам. В Индонезии уже полу-

a lot throughout Mexico.

Another example is the Spanish entrepreneur and founder of the Fun & basic and ECOALF brands Javier Goyeneche. It is striking how well he combines science and business. He became the first entrepreneur to turn plastic into threads, developing down jackets from fishing nets and sneakers from tires. He is worried about two things. The first is to be able to manage the success of your own brand. The second is the ocean, as more and more debris accumulates in it, which negatively affects the environment. Every month a new trend appears in fashion. "And the main goal of ECOALF is to create a fashion brand a little timeless, so that the purchased jacket will serve several seasons." He signed a cooperation agreement to join the most ambitious, unique, sophisticated and innovative project, the ultimate goal of which is to turn the plastic of the Mediterranean into a thread to produce textiles and clothing.

As far as natural raw materials are concerned, they cannot always be classified as sustainable fashion. When you see a quality T-shirt made from organic cotton, you might think, "Oh, 100% cotton T-shirt, this is definitely an eco-friendly product from a series of sustainable fashion."

Unfortunately, this is a misconception, as cotton is not always a part of sustainable fashion. The reason for this is that growing high-quality cotton requires pesticides and a lot of water, which is very harmful to the environment, as well as to the human body. But technologists are working on this and growing cotton with maximum water savings. Unfortunately, this method cannot be applied in large quantities yet. Nevertheless, progress is being made in this direction as well. Another example is silk, which many environmentalists consider unsustainable fiber. This is because silk is produced in





Фотосессия коллекции была организована при поддержке Министерства культуры РУз в рамках Международного фестиваля национальной одежды для решения проблем Аральского моря

чают шелк, сохраняя жизнь гусенице. Правда, пока и этот метод не позволяет получать шелк в лучшем качестве и в большом количестве. Но, несмотря на это, например, одежда из нашего шелка и хлопчатобумажного адраса на 50% можно считать устойчивой. Это потому, что используются натуральные красители, ткань производится вручную, и обычно такая одежда не шьется на массовых фабриках, а создается в небольших количествах, не причиняя вреда экологии и не выбрасывая в атмосферу летучие органические соединения, твердые частицы и вредные кислотные газы, например хлороводород, что часто происходит на текстильных фабриках.

- Почему устойчивая мода сейчас в тренде?

- На сегодняшний день это уже не просто тренд, это обеспокоенность проблемами загрязнения природы, вызванными мировой индустрией быстрой моды fast fashion.

- Принципы устойчивой моды?

- Один из главных принципов устойчивой моды - это ответственный подход к использованию природных, а также человеческих ресурсов.

Ведь не секрет, что развитие fast fashion влечет за собой использование детского труда на текстильных фабриках и заводах в Индии и Бангладеш. Такие жертвы устойчивая мода не принимает. Если бренд позиционируется как приверженец sustainable fashion, он обязан не скрывать информацию о том, где, кем и в каких условиях производятся его изделия. Такие компании используют экологичные, безопасные полотна, честно оплачивают труд работников, стремятся к минимизации отходов при производстве. Еще один принцип УМ – это давать вторую жизнь одежде, перешивать ее, ремонтировать, отдавать в благотворительные организации, а в Европе уже давно стало модно продавать ношеную одежду и даже организовывать аукционы. Многие дизайнеры создают эксклюзивную одежду из одежды second hand. Из кусочков джинсы шьют очень крутые сувениры

an aggressive manner. After all, to get a thin silk thread, you have to boil the caterpillars alive. Whereas the mission of sustainable fashion is to preserve the environment and strive not to harm living beings. In Indonesia, silk is already being obtained, keeping the caterpillar alive. However, so far this method does not allow obtaining silk of the best quality and in large quantities. Despite this, for example, clothes made from our silk and cotton adras can be considered 50% sustainable. This is because natural dyes are used, the fabric is made by hand, and usually such clothes are not sewn in mass factories, but are created in small quantities without causing harm to the environment and without emitting volatile organic compounds, particulate matter and harmful acid gases, such as hydrogen chloride, into the atmosphere. which often takes place in textile factories.

- Why is sustainable fashion trendy now?

- Today it is no longer just a trend, it gives cause for concern about the problems of environmental pollution caused by the global fast fashion industry.

- The principles of sustainable fashion?

- One of the main principles of sustainable fashion is a responsible approach for using natural as well as human resources.

It is no secret that the development of fastfashion entails the use of child labor in textile mills and factories in India and Bangladesh. Sustainable fashion does not accept



и даже одеяла и покрывала. Кстати, полотно деним - это одно из самых вредных производств в текстиле. Во-первых, эта ткань из-за своей прочности совсем не разлагается, а при создании полотна для джинсов используется огромное количество грубого хлопка, и покраска денима в большинстве случаев производится самыми вредными красителями. Известно, что для выпуска всего одной единицы такой продукции производитель расходует до 10 кг химических красителей и 8 тысяч литров воды.

- Когда в Европе подняли вопрос об устойчивой моде?

- Одно из самых влиятельных событий в модной индустрии - Copenhagen Fashion Summit - было проведено в 2009 году. Участники говорили о проблеме загрязнения окружающей среды и настаивали на применении корпорациями и брендами развития принципов экологичной моды на практике. Обсуждалась возможность сокращения опасных выбросов к 2050 году примерно на 50%.

- Кто был инициатором данного вопроса?

- Казалось бы, что устойчивая мода – это новый тренд, и потребность в воспитании отношения человечества к сохранению нашей экологии возникла недавно. Но на самом деле, о проблеме заговорили уже в 1960-х годах в связи с изменением климата. Важной публикацией в этой области стала книга Рейчел К. «Безмолвная весна», где описывается губительное воздействие беспорядочно применяемых ядохимикатов и вредное воздействие деятельности человека на природу. Хотя сам термин возник в середине 80-х, а в начале 1990-х проблемы, связанные с вопросами устойчивого развития, нашли свое отражение в публикациях о моде.

- Как реагировали испанские бренды на это?

- Сейчас это самая любимая тема испанских производителей. Текстильная компания Inditex - королева быстрой моды. Она знаменита своим брендом ZARA и всегда находится на шаг впереди. Уже пять лет тому назад компания начала перерабатывать непроданные на распродажах вещи и даже в каждом своем магазине установила контейнеры для сбора ненужной одежды. То есть клиент, придя на

such sacrifices. If a brand is positioned as an adherent of sustainable fashion, it must not hide information about where, by whom and under what conditions its products are produced. Such companies use environmentally friendly, safe linens, honestly pay workers, strive to minimize waste during production. Another UM principle is to give a second life to clothes, alter them, repair them, donate them to charities, and in Europe it has long become fashionable to sell used clothes and even organize auctions. Many designers create exclusive clothes from second hand clothes. Very cool souvenirs and even blankets and bedspreads are sewn from pieces of jeans. By the way, denim is one of the most harmful industries in textiles. Firstly, due to its strength, this fabric does not decompose at all, and when creating a canvas for jeans, a huge amount of coarse cotton is used, and denim is dyed in most cases with the most harmful dyes. It is known that in order to produce just one unit of such products, manufacturers spend up to 10 kg of chemical dyes and 8 thousand liters of water.

- When was the issue of sustainable fashion raised in Europe?

- One of the most influential events in the fashion industry - Copenhagen Fashion Summit - was held in 2009. The participants talked about the problem of environmental pollution and insisted on the practical application of principles of sustainable fashion by corporations and brands. The possibility of reducing hazardous emissions by about 50% by 2050 was discussed.

- Who was the initiator of this issue?

- It would seem that sustainable fashion is a new trend, and the need to change humanity's attitude towards the preservation of our ecology has arisen recently. But in fact, the issue was raised in the 1960s due to climate change. An important publication in this area was Rachel K.'s book Silent Spring, which describes the harmful effects of randomly used pesticides and the harmful effects of human activities on nature. Although the term itself originated in the mid-80s, in the early 1990s, problems related to sustainable development were highlighted in publications about fashion.

- How did Spanish brands react to this?

- Today this is the most favorite topic of Spanish manufacturers. Textile company Inditex is the queen of fast fashion. She is famous for her ZARA brand and is always one step ahead. Already five years ago, the company began to recycle unsold items on sales, and even installed containers in each of its stores to collect unwanted clothes. That is, a customer, going shopping in one of the stores owned by the company, could bring bags of unnecessary clothes, weigh them and receive a discount coupon for future purchases. All ZARA packaging and bags are made from recycled materials. The Spanish brand Adolfo Domínguez has also joined the fight against fast fashion, expressing its protest with the slogan «Think before you buy». In 2010, this brand discontinued its core products and chose environmentally



шопинг в один из магазинов, принадлежащих компании, мог принести мешки ненужной одежды, взвесить и получить талон на скидки при покупке любых вещей в магазине. Все упаковки и пакеты ZARA произведены из переработанных материалов. В борьбу против быстрой моды вступил и испанский бренд Adolfo Domínguez, который выражает свой протест лозунгом «Думай, прежде чем купить». В 2010 году этот бренд снял основные изделия со своего производства и выбрал экологически чистое сырье. «Мы - дети природы, а не ее хозяева», - говорится в манифесте галисийской компании и подчеркивается, что «кожа как побочный продукт мяса требует большого количества энергии и производит много выбросов CO_2».

- Что даст устойчивая мода?

Ждать от устойчивой моды масштабных изменений маловероятно, трудно будет устранить тот вред, что нанесло человечество природе за последние полвека. Но постараться улучшить или хотя бы не делать хуже - в наших силах. Рассмотрим небольшие плюсы, которые может нам дать устойчивая мода или облегчить нашу повседневную жизнь. Это в первую очередь пространство в шифоньере. Еще один плюс благодаря минимализму устойчивой моды: с легкостью можно составить базовый гардероб из небольшого количества предметов, которые выручат в любых случаях жизни. К тому же - актуальность и практичность вещей. Такая одежда прослужит вам дольше и не выйдет из моды долгое время. Выбирая устойчивую моду, вы избавитесь от навязанных скидок и постоянной погони за быстроменяющимися трендами. Но самое главное - это забота о себе и окружающей среде.

- Когда Узбекистан начнет следовать принципам устойчивой моды?

- Уже многие бренды в Узбекистане начинают задумываться или, как я, уже на полпути к этому, но гигантам текстильных фабрик переходить на устойчивое производство будет нелегко, хотя это возможно. Это зависит от потребительского мышления, в Узбекистане потребитель не готов к этому, значит, и спроса мало. Думаю, этому надо учить новое поколение и начинать с детского сада. Хотя бы научить сортировать мусор, как в Европе. В каждой детской группе установлены мусорные контейнеры трех цветов. Дети после урока труда и рисования знают, в какой контейнер выбрасывать бумагу, пластик, одноразовый стаканчик или кожуру от банана. Уже в этом возрасте ребенок осознает важность сохранения экологии. Естественно, этот ребенок, когда вырастет, будет понимать ценность одежды из линии устойчивой моды. А пока у нас в приоритете блестки и яркие вещи, крашенные ядовитыми красками. Как говорит один из лучших специалистов по устойчивой моде, британский дизайнер Кейт Флетчер, «очень важно правильное взаимодействие людей с вещами. Для этого просто надо взглянуть на моду с другой стороны, научиться менять и приспосабливать одежду. Не обязательно приобретать все, что диктует мода. В этом случае медленное использование моды станет активным и индивидуальным, поскольку мы непрерывно будем формировать каждый отдельный предмет одежды, будем дольше им владеть и дольше его носить, не увеличивая мусорные горы, это и есть шаг к устойчивой моде»

- И в заключение?

- Устойчивая мода или Slow-fashion – это гораздо больше, чем мода, это образ жизни, обращенный в будущее.

Мой совет: не обарахляйтесь!

friendly raw materials. «We are children of nature, not its masters,» the Galician company's manifesto says, stressing that «leather, as a by-product of meat, requires a lot of energy and produces a lot of CO_2.»

- What will sustainable fashion give?

It is unlikely to expect large-scale changes from sustainable fashion; it will be difficult to eliminate the damage caused by humanity to nature over the past half century. But it is within our power to try to improve, or at least not to make it worse. Consider small benefits sustainable fashion can give us or make our daily life easier. This is primarily space in wardrobes. Another plus thanks to the minimalism of sustainable fashion: you can easily create a basic wardrobe from a small number of items that will help out in any occasion of life. In addition - the relevance and practicality of things. Such clothes will last longer and will not go out of fashion for a long time. By choosing sustainable fashion, you will get rid of imposed discounts and constant pursuit of fast-changing trends. But the most important thing is taking care of yourself and the environment.

- When will Uzbekistan start following the principles of sustainable fashion?

- When will Uzbekistan start following the principles of sustainable fashion?

- Already many brands in Uzbekistan are beginning to think, or, like me, already halfway there, but it will not be easy for giant textile factories to switch to sustainable production, although it is possible. It depends on consumer thinking, particularly Uzbekistani consumers are not ready for this, which means that there is little demand. I think new generation should be educated on this matter and specific programs should be launched at nursery schools. At least they should teach how to sort garbage, as in Europe. Trash containers of three colors are installed in each children's group. After labor and drawing lessons, the children know in which container paper, plastic, a disposable cup or banana peel must be thrown. Already at this age, the children realize the importance of preserving the environment. Naturally, while growing up such children, will understand the value of clothing from a line of sustainable fashion. In the meantime, our priority is sparkles and bright things painted with poisonous paints. According to one of the best specialists in sustainable fashion, British designer Keith Fletcher, «It is very important that people interact with things correctly. To do this, you just need to look at fashion from the other side, learn how to change and adapt clothes. It is not necessary to acquire everything that fashion dictates. In this case, the slow use of fashion will become active and individual, since we will continuously shape each individual piece of clothing, we will own it for longer and wear it longer without increasing garbage mountains, this is a step towards sustainable fashion."

- In conclusion?

- Sustainable fashion or Slow-fashion is much more than fashion, it is a way of life looking towards the future.

My advice: don't get crap!

МИР ГЛАЗАМИ ПРИНТМЕЙКЕРА

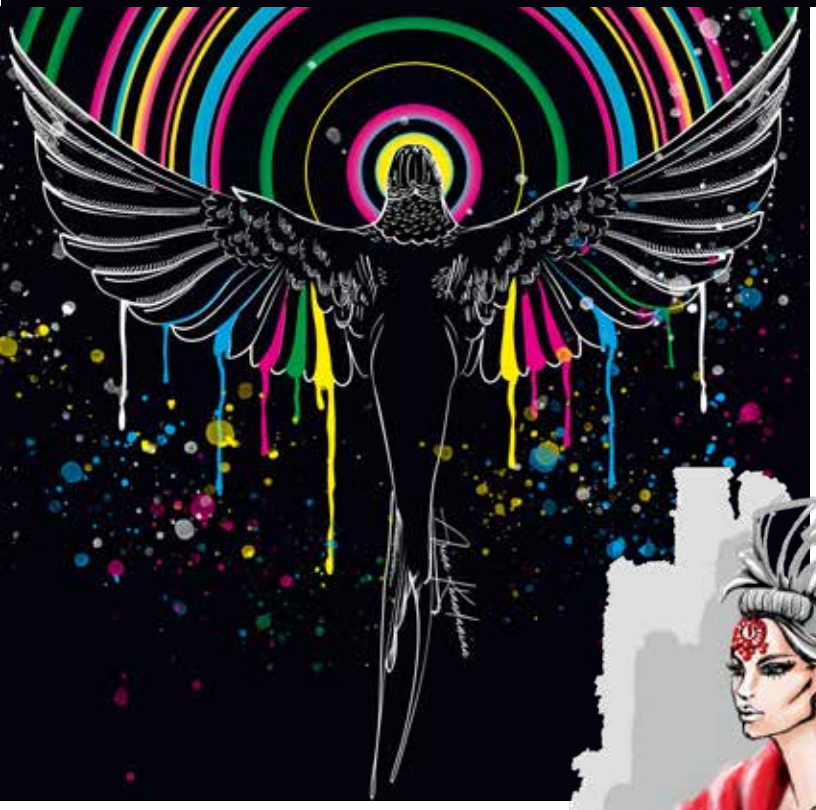
THE WORLD THROUGH THE EYES OF A PRINTMAKER



Дизайнер одежды Арина Хандамян является членом Академии художеств Узбекистана и членом Профессионального союза художников России.

Fashion designer Arina Khandamian is a member of the Academy of Arts of Uzbekistan and a member of the Professional Union of Artists of Russia.

akhandamian@gmail.com
+ 998 94 6010033
@arinakhandamian







Арина работает в графических программах и создает уникальные модные принты и капсульные коллекции одежды для текстильных фабрик - производителей трикотажных изделий, имеет опыт работы с местными и зарубежными брендами одежды из России, Белоруссии, Польши и Казахстана.

На основе анализа рынка, модных тенденций, потребностей клиента и возможностей текстильного предприятия, Арина с помощью графических средств и приемов разрабатывает коллекции одежды для разных возрастных групп, таких как ясельная, детская, подростковая и взрослая. Находясь в постоянном поиске свежих идей и ярких воплощений, дизайнер черпает вдохновение в искусстве, истории и фотографии, открывая новые горизонты в мире моды и текстиля.

Arina works in graphic programs and creates unique fashion prints and capsule collections of clothing for textile factories - manufacturers of knitwear, has experience working with local and foreign clothing brands from Russia, Belarus, Poland and Kazakhstan.

Based on analysis of the market, fashion trends, customer needs and capabilities of textile enterprises, Arina, using graphic tools and techniques, develops clothing collections for different age groups, such as nursery, children, teenagers and adults. In constant search of fresh ideas and bright incarnations, the designer draws inspiration from art, history and photography, opening new horizons in the world of fashion and textiles.

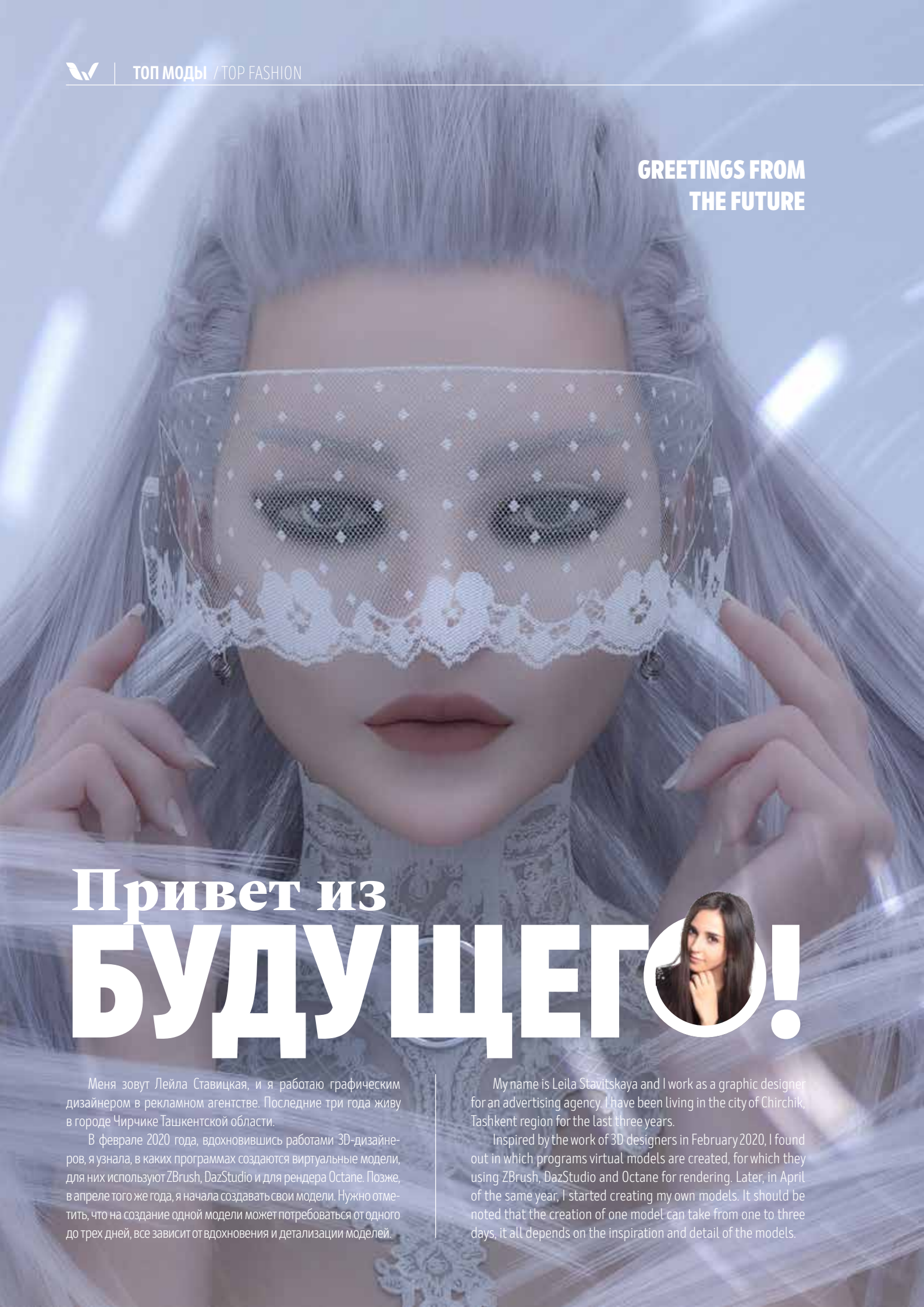


ZODA






ozoda_showroom



GREETINGS FROM THE FUTURE

Привет из БУДУЩЕГО!

Меня зовут Лейла Ставицкая, и я работаю графическим дизайнером в рекламном агентстве. Последние три года живу в городе Чирчике Ташкентской области.

В феврале 2020 года, вдохновившись работами 3D-дизайнеров, я узнала, в каких программах создаются виртуальные модели, для них используют ZBrush, DazStudio и для рендера Octane. Позже, в апреле того же года, я начала создавать свои модели. Нужно отметить, что на создание одной модели может потребоваться от одного до трех дней, все зависит от вдохновения и детализации моделей.

My name is Leila Stavitskaya and I work as a graphic designer for an advertising agency. I have been living in the city of Chirchik, Tashkent region for the last three years.

Inspired by the work of 3D designers in February 2020, I found out in which programs virtual models are created, for which they using ZBrush, DazStudio and Octane for rendering. Later, in April of the same year, I started creating my own models. It should be noted that the creation of one model can take from one to three days, it all depends on the inspiration and detail of the models.



К сожалению, пока на рынке Узбекистана многие не знают, что такое вообще возможно, ну а о том, что такие модели можно использовать для рекламы продукции или просто как лицо компании, основная часть рекламщиков и не догадывается.

Сейчас нельзя сказать, что тренды стремительно проникают во все сферы нашей жизни, поэтому не думаю, что в скором времени виртуальные модели в нашей стране будут встречаться на каждом шагу. Однако если крупный бренд осмелится на такой перфоманс, то не прогадает и произведет большой бум в отечественной рекламной индустрии.

Виртуальные модели - это фотореалистичные 3D-персонажи, созданные с помощью компьютерной графики. Отличие коммерческих виртуальных моделей от живых людей едва различимо, они существуют не более пяти лет, однако в последние годы их стало появляться все больше, и самой известной является Imma, заключающая договоры с Samsung и другими мировыми брендами.

Есть и другие модели, такие как Shudu, Ivaany.H, а также целое фешн-агентство, работающее с мировыми брендами Trashymuse.









Unfortunately, the vast majority of advertisers in the Uzbek market do not know that it is possible to use such models to advertise products or simply as a face of a company.

Now it cannot be said that trends are rapidly penetrating all areas of our life, so I don't think that soon virtual models in our country will be found at every step. However, if a large brand dares to such a performance, it will not fail and will make a big boom in the domestic advertising industry.

Virtual models are photorealistic 3D characters created using computer graphics. The difference between commercial virtual models and living people is hardly distinguishable, they have existed for no more than five years, but in recent years they have appeared to appear more frequently. The most famous is Imma, which concludes agreements with Samsung and other global brands.

There are other models as well, such as Shudu, Ivaany.H, as well as a whole fashion agency working with global brands Trashymuse.



Clothes | The MIX, NNAM, Elena Milberger Photographer | Nikolay Nam Model | Amaliya



the mix
by Nikolay Nam
& Elena Milberger

the___mix nnam_style elena_milberger



Sunset Shades

@nigorahashimova_dsgn
nigora.kh.7

Фото: Лилия Насырова
Photo: Liliya Nasirova





NIGORA BASBIMOVA



Фото: Анна Канаки (Аксенова)
Модель: Севара Саидалиева
Мейк-ап: Екатерина Серякова
Локация: Студия Анна Канаки

@shernilola @shernelola



HILOLA





AzukarMoreno

azucaar_moreno_


KHURSHIDA
SULTAN
Where beauty borns
khurshidasultan.com
khurshidasultan.couture