УДК 338.2

Показаньева А.В., студент
3 курс, факультет ИТМ
Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
Россия, г. Санкт-Петербург

ВЛИЯНИЕ КОРОНОВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ НА МОДНУЮ ИНДУСТРИЮ

Аннотация: *в данной статье рассматривается влияние короновирусной инфекции на модную индустрию.*

Ключевые слова: *короновирус, экономическая политика, модная индустрия.*

Annotation: *this article examines the impact of coronavirus infection on the fashion industry.*

Keywords: *coronavirus, economic policy, fashion industry.*

Новая коронавирусная инфекция - это возбудитель ОРВИ, при котором отмечается выраженная интоксикация организма и проблемы с дыхательной и пищеварительной системами (как отмечается на сайте министерства здравоохранения РФ). Коронавирусы впервые были открыты в 1960-х гг. и получили название из-за вида молекулы, которая напоминает солнечную корону во время затмения. Обычно коронавирусы поражают животных, но есть случаи, когда данный вирус мутирует и поражает человека. В декабре 2019 года, в городе Ухань Данный вид инфекции впервые был обнаружен у человека, который, предположительно, заразился, съев летучую мышь, которая была переносчиком заболевания.

Чем же данная инфекция завоевала внимание всех новостных каналов в мире? Тем, что распространение инфекции происходило молниеносно, вирус

поражал легкие и дыхательные пути огромного числа китайцев. В стране ввели военное положение, обеззараживающими средствами обрабатывали улицы поднебесной. Вскоре коронавирусная инфекция добралась и до других стран мира, на сегодняшний день инфекция распространилась по всему миру [1].

В большинстве стран за нарушение карантинного режима предусмотрены карательные меры, такие как штраф, и даже заключение в виде лишения свободы.

Как же данная инфекция может повлиять на модную индустрию?

Недели моды в Пекине и Шанхае были отменены из-за новой коронавирусной инфекции на неопределенный срок. Неделя моды в Италии так же была отменена, модный дом Armani приняли решение провести показ без зрителей, показ транслировался в прямом эфире.

Мировые модные бренды приостановили свою деятельность уже в декабре 2019 года. Модные инфлюенсеры из Китая не смогли посетить показы в странах Европы, что не сможет не сказаться на будущей выручке мировых модных домов, так как именно поднебесная обеспечила 70% глобального роста в сегменте роскоши, как отмечает исследование подготовленного консалтинговой компанией The Boston Consulting Group и фондом Altagamma.

Роскошные конгломераты, включая LVMH, Kering, L'Oréal и Hermès, передают часть своих производственных мощностей добровольному производству важнейших продуктов общественного здравоохранения: дезинфицирующего геля и масок, которые срочно требуются Франции. В то же время производители элитной готовой одежды объединяют усилия для производства масок для истощенных ресурсами медицинских работников, поскольку распространение вируса ускоряется [2].

“На войне нужно оружие, в данном случае гели, маски и больницы. Именно на этом сейчас сосредоточены усилия компаний класса люкс", - говорит аналитик Bernstein luxury Лука Солка. Отрасль сильно пострадала. По оценкам компании Solca, в первой половине 2020 года мировые продажи предметов роскоши упадут на 25-30%.

Менее чем через 72 часа после того, как 13 марта правительство обратилось к промышленности с призывом о помощи, роскошный конгломерат LVMH произвел 15 тонн дезинфицирующего геля на своих трех производственных площадках для парфюмерии Christian Dior, Givenchy и Guerlain.

Во Франции Hermès закрыла все свои фабрики, чтобы защитить своих сотрудников, за исключением своего участка, посвященного ароматам в Водрейе, Нормандия, чтобы производить дезинфицирующий гель на добровольной основе. Французский косметический конгломерат L'Oréal, крупнейшая косметическая компания в мире, осуществил ряд мер, включая расширение производства дезинфицирующего средства для рук; его бренд La Roche-Posay оснащает этим продуктом больницы, дома престарелых и аптеки в Европе. “В этом беспрецедентном кризисе мы обязаны внести свой вклад в коллективные усилия всеми возможными способами", - заявил председатель и главный исполнительный директор L'Oréal Жан-Поль Агон [3].

В более традиционной модели благотворительности бренды также делают финансовые пожертвования. Глава крупнейшего объединения товаров роскоши Kering сделал пожертвование институту Пастера, некоммерческому частному фонду, занимающемуся изучением болезней и вакцин, чтобы поддержать его исследования в области Covid-19. Компания Moncler, выделила 10 миллионов евро на строительство больницы с 40 отделениями интенсивной терапии в Милане. Другие лейблы, такие как Sergio Rossi, направляют выручку от своих онлайн-продаж на борьбу с эпидемией [4].

Спустя месяц после публикации своего первоначального прогноза о влиянии пандемии Covid-19 на продажи предметов роскоши консалтинговая фирма Boston Consulting Group пересматривает свои оценки на более негативный прогноз. Люксовые бренды должны быть готовы к падению продаж в диапазоне от 85 до 120 миллиардов долларов в 2020 году, или около 29,2 процента от 350-миллиардного рынка роскоши. Категория моды и роскоши в целом потеряет от 450 до 600 миллиардов долларов продаж.

Boston Consulting Group в своем прогнозе говорят, что объем промышленных продаж в Китае сократился до 85% за последние два месяца, то есть в период локализации страны. В таких странах, как Италия, Франция и Испания, Этот спад достиг 95 процентов. Это резкое падение представляет собой экзистенциальную опасность для модных компаний, которые традиционно бедны наличными деньгами, часто зависят от прямых инвестиций и могут иметь высокий уровень долга. "Многие компании в этой отрасли объявят дефолт в ближайшие 12 недель", - говорит Хавьер Сеара, мировой лидер сектора Моды и роскоши BCG. Он советует компаниям отдавать приоритет сотрудникам и денежным потокам уже сейчас, прежде чем начинать планировать восстановление после вспышки болезни, до которого, в любом случае, еще далеко [5].

Даже в самом лучшем случае, по оценкам BCG, объем продаж в декабре 2020 года все равно снизится по меньшей мере на 10% по сравнению с 2019 годом. "Если мы увидим восстановление в третьем квартале этого года и достигнем 80-90% [прошлогодних] продаж в четвертом квартале, то это будет довольно оптимистичная ситуация", - говорит Тяньб Чжан, лидер сектора потребительских товаров и розничной торговли Deloitte APAC [6].

Использованные источники:

1. Министерство здравоохранения Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: https://www.rosminzdrav.ru/ministry/covid19 (дата обращения 25.03.2020)
2. ТАСС, информационное агентство [Электронный ресурс]. URL : https://tass.ru/info/7989649 (дата обращения 25.03.2020)
3. Vouge, журнал [Электронный ресурс]. URL : https://www.vogue.ru/fashion/kak-mirovoj-krizis-splotil-modnuyu-industriyu (дата обращения 27.03.2020)
4. GQ, журнал [Электронный ресурс]. URL : https://www.gq.ru/style/kak-koronavirus-otrazhaetsya-na-modnoj-industrii (дата обращения 25.03.2020)

5. Esquire, журнал [Электронный ресурс]. URL : https://esquire.ru/style-and-grooming/161473-milliardnye-ubytki-i-neopredelennost-kak-koronavirus-povliyal-na-modnuyu-industriyu-spustya-dva-mesyaca/ (дата обращения 25.03.2020)
6. BCG, консалтинговая компания [Электронный ресурс]. URL: https://www.bcg.com/ru-ru/featured-insights/coronavirus.aspx