

В январе 2005 г. контрольный пакет компании приобрел Таймураз Боллоев, бывший президент пивоваренной компании “Балтика”. Спустя полгода он стал акционером фабрики “Труд”, которая специализируется на пошиве спецодежды. Решение разделить бизнес акционеры компании “ФОС-П” приняли еще в начале года, а в апреле они создали компанию Fashion Park, рассказал “Ведомостям” гендиректор Fashion Park Гавриил Навроцкий. До сих пор она торговала готовой продукцией и занималась маркетингом, а на днях завершилась передача компании швейного производства фабрики, утверждает гендиректор.

По словам Навроцкого, “ФОС-П”, в активах которой числятся четыре здания бывшего швейного производства на набережной Мойки, оставляет за собой девелоперский бизнес. Недвижимость предполагается репрофилировать — предположительно под бизнес-центр, сообщил “Ведомостям” источник, близкий к акционерам “ФОС-П”.

Инвестиции в маркетинг, по словам Навроцкого, составили около \$10 млн. Еще примерно \$10 млн пошло на закупку современного оборудования и перевод производства из центра города на новую производственную площадку, расположенную на Пражской улице, в реконструированные и модернизированные помещения фабрики “Труд”. Он рассчитывает, что по итогам 2006 г. выручка швейного производства увеличится на 10%. “Это неплохой результат для компании, находящейся в процессе реорганизации”, — считает он.

Аналогичный ход предприняло в 2005 г. другое швейное предприятие — “Первомайская заря”. После вывода производства и торговли одеждой в родственную “Мэлон Фэшн Груп” компания решила сконцентрироваться на развитии проектов в области недвижимости. Первый проект компании — бизнес-центр класса В+ площадью 19 000 кв. м — открылся в бывшем здании швейной фабрики на 10-й Красноармейской улице.

Производство одежды и торговля — операционно разные направления, которые есть смысл разделить, считает **Александр Печерский, гендиректор консалтинговой компании “Альт”**, которая консультировала проект “Первомайской зари”. “Первомайская заря” пошла по пути, когда разные торговые марки продаются в разных торговых сетях, это позволяет проводить более гибкую политику”, — говорит Печерский. “До сих пор “ФОС-П” имела репутацию компании с довольно консервативным менеджментом. Выделение производства одежды в отдельную структуру позволит этому направлению оперативнее реагировать на изменения рынка одежды”, — считает директор по маркетингу марки S. Oliver (входит в группу “Номенар”) Алексей Волков. Он уверен в эффективности сочетания производства и ритейла. Ритейл — это всегда прямая связь с покупателем, позволяющая понять, какие модели продаются лучше, какие хуже, говорит он.

Директор по консалтингу компании Весар Олег Спивак полагает, что, развивая проект офисного центра в существующем здании, “ФОС-П” вполне может выйти на доходность 17-19% годовых.

FASHION – В КАЖДЫЙ ГОРОД

Fashion Park обновляет линейку брендов и наращивает розничную сеть. В дополнение к существующим маркам Fosp, SP-Fashion, Onegin и Bruno Saint Hilaire компания приобрела лицензию на британскую марку Austin Reed (премиальный сегмент), а весной собирается выйти и в низкий сегмент, запустив собственную марку Kredo.

Работавшие под маркой Fosp 12 магазинов сменили название на BestMen, кроме того, открылось 14 новых точек под марками BestMen (массовый сегмент мужской деловой одежды) и “Direktor. Мужские коллекции” (премиальный сегмент). Кроме Петербурга у компании есть теперь магазины в Москве, Екатеринбурге, Перми, Казани, Нижнем Новгороде и Волгограде. К концу года планируется увеличить сеть до 35 точек, а потом — открыть по магазину под марками Direktor и BestMen в каждом городе-миллионнике и около 15 магазинов обоих форматов в столице. Стоимость открытия одного магазина, по словам Навроцкого, составляет \$70 000-150 000.

“Фабрики одежды Санкт-Петербурга” основаны в 1919 г. В 1992 г. компания реорганизована в ЗАО “Фабрики одежды Санкт-Петербурга” (“ФОС-П”). Специализируется на пошиве мужской одежды под марками Fosp, SP-Fashion, Onegin и лицензионной Bruno Saint Hilaire. Около 30% продукции предприятия экспортируется. Оборот в 2005 г., по данным СПАРК, составил около 500 млн руб., чистая прибыль — 6,2 млн руб. По 19,4% акций принадлежало ООО “ФОСП-Инвест” и “С.П.Фэшн”, которые, в свою очередь, на 100% принадлежали ЗАО “ФОС-П”.