Текст · 7 апреля 2020, 14:56
Анастасия Ясеницкая,

Взнос на шмот. «Культраб» меняет скидку на пожертвования

В России закрылись 37% торговых точек, в Москве — 73%. «Медиазона» уже больше двух лет работает и развивается благодаря поддержке своих читателей. Сегодня поддержка оказалась нужна малому бизнесу — этому посвящена наша новая рубрика «Солидарность»-. Сооснователи «Культраба» Егор Еремеев и Алина Музыченко рассказывают, как их проект будет существовать во время пандемии и чем им можно помочь.

Егор Еремеев. У нас в группе написано, что мы — бренд одежды и сообщество активистов, художников и музыкантов. Что это значит? Прежде всего, мы бренд одежды: выпускаем продукты и отвечаем за качество. Для нас это важно. Почему сообщество? Потому что в выпуске этих продуктов участвует много людей: художники, фотографы, дизайнеры, на вечеринках присоединяются музыканты. Это такой большой коллективный труд, поэтому и сообщество.

При этом многие люди вписываются за идею — это отличие нашего проекта от других. Потому что над каждым проектом работает команда, и обычно она работает за деньги, в нашем случае многие вписываются, потому что для них это возможность высказаться.

Алина Музыченко. Наша основная цель — это распространение идеи. В нашем случае одежда работает не по стандартной маркетинговой схеме «купи — надень», а [работает] как медиа, потому что через одежду мы пытаемся рефлексировать и нести какие-то свои идеи. Любой наш дроп[1], как правило, посвящен какой-то проблеме или выпущен в поддержку некоммерческих организаций, которые занимаются тем, что государство не может и не хочет делать. Начинали мы с «Медиазоны», а позже работали с фондом имени Андрея Рылькова и «Насилию.нет».

Егор Еремеев. В английском языке хорошее близкое слово, которое звучит как *expose*[2]. Мы обращаем внимание общественности на какую-то проблему через одежду, красивую съемку и артистичную подачу.

Алина Музыченко: Для нас никогда не было главным извлечение прибыли. Скорее, мы стремились к тому, чтобы построить сбалансированную бизнес-модель, которая позволяла бы нам жить и поддерживать наше сообщество — платить дизайнерам и художникам. При этом мы много времени осознанно посвящаем активистским и благотворительным проектам, например, таким как «Фем-календарь», «Я себя люблю» или съемкам кино. Мы пытаемся балансировать так, чтобы выпускать одежду, жить самим, поддерживать сообщество и развивать активистские проекты, которые тоже требуют вложений.

Что случилось во время пандемии

Алина Музыченко: Фешн-бизнес обречен работать циклами. Что такое циклы? Осенью бренд обязан выпустить коллекцию, которую он будет продавать весной, а весной — которую он будет продавать осенью. Мы никогда не были завязаны на эти циклы, потому что у нас не было большого оборота, мы всегда выпускали небольшие дропы, часто экспериментальные.

Когда человек готовит коллекцию на полгода вперед, у него часто нейтральное высказывание, а когда ты высказываешься на тему, которая тебе беспокоит прямо сейчас и ориентируешься на состояние общества, на проблемы, которые витают в воздухе, ты не работаешь в циклах.

Этой весной, когда люди уже готовились переодеться, когда у них менялось ощущение себя, мы прислушивались к тому, что нас беспокоит и начали работу над новой коллекцией. Закончить мы ее не смогли, не успели. Но мы продолжаем работу над ней. Сейчас стало очень сложно распределять деньги, которые есть. Активные продажи закончились в январе. Мы рассчитались с частью подрядчиков и готовились к выпуску новой коллекции для того, чтобы возобновить оборот.

Во время эпидемии мы поставили для себя приоритетом не давать скидки людям на одежду и не манипулировать этим, а как раз заняться другим. Заняться тем, чтобы рассказывать в своем инстаграме, что происходит в мире с пандемией, какие есть угрозы. Давали международные статьи

вместо того, чтобы заниматься голым маркетингом и в последний момент что-то продать. Поэтому сейчас мы попали в ситуацию, когда у нас недостаточно средств, потому что не стали сливать все остатки, не стали толкать продажи, а вместо этого занимались другим.

Егор Еремеев: Согласно статистике, больше всего [за время пандемии] упали продажи одежды и обуви. Даже кафе перестроились на доставку. А одежда и обувь по обороту просто встали. Люди ничего не покупают, ничего не носят. Это проблема номер один. Проблема номер два в том, что вырос доллар и одновременно выросли цены на ткань. Соответственно, готовое изделие будет дороже, а в условиях экономического кризиса выпускать дорогую одежду нереально. Кроме того, из-за того, что закрыты границы, невозможно закупить ткань. [У нас] большая часть тканей импортная. Все это встало, ты просто не можешь пошить [вещи].

Алина Музыченко: Следующим встает вопрос, брать ли кредиты и срочно покупать ткани, которые есть сейчас, или не брать кредиты и вообще ничего не покупать? А будут ли эти ткани, которые ты уже выбрал себе на семплы дальше? А будут ли деньги на это? Это шаткое состояние пытается выбить нас из колеи, но мы стараемся найти для себя выходы.

Алина Музыченко: Сейчас весь мир в скидках, от *ASOS* до ЦУМа. Людям есть что купить, их уже закидали предложениями, мы не хотим так делать. Мы решили использовать для себя механики,

которые уже попробовали для фонда Рылькова или «Насилию.нет». Суть ее в том, что люди делали пожертвование в фонд и получали продукт со скидкой. Эта модель потом переросла в такое понятие как «экономика поддержки».

Егор Еремеев: Мы открыли сбор ежемесячных пожертвований, и в качестве благодарности даем всем нашим донорам специальную цену на 20% ниже. То есть они могут покупать наши вещи по этой специальной цене сейчас и вещи в будущем, которые у нас выйдут. Мы также создали закрытый комьюнити-чат, куда можно попасть только если ты подписался на регулярные пожертвования. В этом чате своя жизнь, очень прикольная, очень интересные люди добавляются. Каждый раз, когда человек добавляется, ты думаешь «Вау, круто!».

Алина Музыченко: Пожертвования позволят нам не думать, что поесть завтра, и позволят работать над развитием Культраб, сохранить команду и делать вещи, которые интересны людям, и, конечно, делать какие-то благотворительные проекты и проекты в поддержку независимых организаций и общественных проектов.

Егор Еремеев: Модель, которую мы пробуем с регулярными пожертвованиями, на самом деле, очень перспективная и подходит многим проектам. Мы бы хотели бы, чтобы ее взяли на вооружение. Получается более близкая коммуникация, понимание, чего хотят люди. Ты примерно представляешь, сколько тебе надо произвести, не гонишь за мегатиражами, не выжимаешь скидки, а, наоборот, даешь то, что нужно.

До этого кризиса фешн-индустрия постоянно находилась в мегагонке. Все постоянно что-то из себя выжимали, придумывали, увеличивали тиражи. Все очень сильно устали. «Экономика поддержки» — это та самая перезагрузка.

Я очень верю в эту историю, что сообщество может поддерживать проект микроплатежами, а проект делает продукты для сообщества. Теоретически «экономика поддержки» может иметь разные схемы взаимодействия. Вот сегодня нам в нашем комьюнити-чатике предложили сделать халаты. Если у них будет на него больше спрос, то мы бы могли бы сделать для них и халаты.

Алина Музыченко: Сейчас главное понять, куда нам двигаться самим — производить или не производить. Конечно, хочется закончить коллекцию, делать дальше активистские проекты. На самом деле, мы не остановились. Каждый день мы работаем над новыми идеями и будем их показывать и предлагать.

---

1. Выпуск ограниченной партии вещей
2. разоблачать