

Обзор и ключевые темы стартап-проекта TresA

TresA — бренд одежды с конструктором,
объединяющий искусство, технологии и
сообщество.



TRESA

— бренд одежды —

+ Актуальные вызовы рынка моды и причина создания Tresa

Рынок моды переживает кризис самобытности из-за массовой стандартизации и поверхностной кастомизации. Tresa предлагает новое решение, которое сочетает индивидуальность и глубокое смысловое наполнение в одежде.

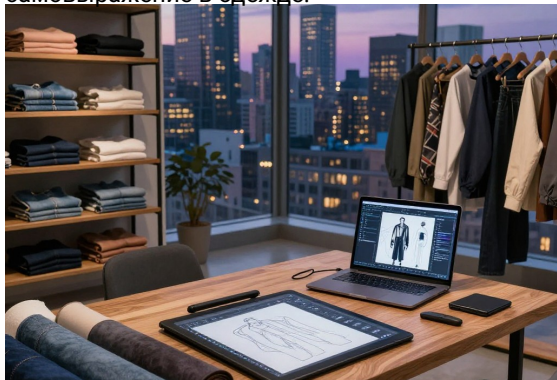




Целевая аудитория TresA: кто и почему выбирает бренд

Поколение творцов из мегаполисов

TresA ориентируется на молодежь 20–35 лет из крупных городов — студентов и молодых специалистов творческих и IT-направлений, ищущих уникальность и глубокое самовыражение в одежде.



Потребность в осмысленности и принадлежности

Основные мотивы — поиск единомышленников и желание выделиться через культурные коды, которые помогают выразить внутренний мир и интеллектуальную глубину, избегая банальности масс-маркета.



Использование визуальных сигналов для коммуникации

Покупатели TresA воспринимают одежду как средство установки диалога с сообществом, где каждый арт-код становится маркером понимания и культурной идентичности.





Что такое TresA: концепция бренда и платформы

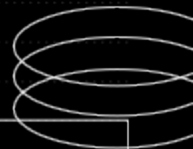
TresA — не просто одежда, а площадка для творческого самовыражения с онлайн-конструктором и кураторской библиотекой арт-кодов, объединяющей пользователей в смысловое сообщество.



Платформа позволяет кастомизировать арт-элементы, превращая каждый предмет в уникальный визуальный код, отражающий личность и культурные ориентиры обладателя.



Бренд создает социальные связи среди пользователей, формируя пространство, где одежда служит «носимым высказыванием» и средством коммуникации с близкими по духу людьми.





Сравнительный анализ конкурентов TresA

Параметры	TresA	BeFree	Artograph
Кастомизация	Глубокая, с AI и 3D	Минимум	Без персонал.
Смысловое ядро	Тематич. арт-коды	Отсутствует	Минимум
Работа с комьюнити	Активное вовлечение	Минимум	Пассивное присутств.

Собственный анализ проекта TresA



Таблица демонстрирует отличия TresA от массового бренда Uniqlo и арт-мерч Artograph.store по ключевым параметрам кастомизации и взаимодействия с комьюнити.

TresA уникален глубиной кастомизации и социальной вовлеченностью, преодолевая ограничения конкурентов.



Объем и структура рынка моды в России

Рынок моды в 2023 году оценивается в 4,5 трлн руб., TAM — около 10,1 млрд руб., с особенно высоким потенциалом в крупных городах.



Средний сегмент с арт-брендами составляет нишу с растущим спросом на индивидуализацию и интеллектуальные продукты.

Средний сегмент Арт-бренды Другие сегменты



Рыночные исследования, 2023



Основные источники дохода Tresa

1/

Продажи одежды через собственную D2C-платформу с возможностью кастомизации через онлайн-конструктор.

3/

Лицензирование авторских дизайнов и коллекций для расширения ассортимента и партнерских предложений.

2/

Дополнительная наценка за уникальные арт-коды и персонализированные элементы дизайна.

4/

Подписочные сервисы с расширенным функционалом конструктора и коллаборации с креативными сообществами.



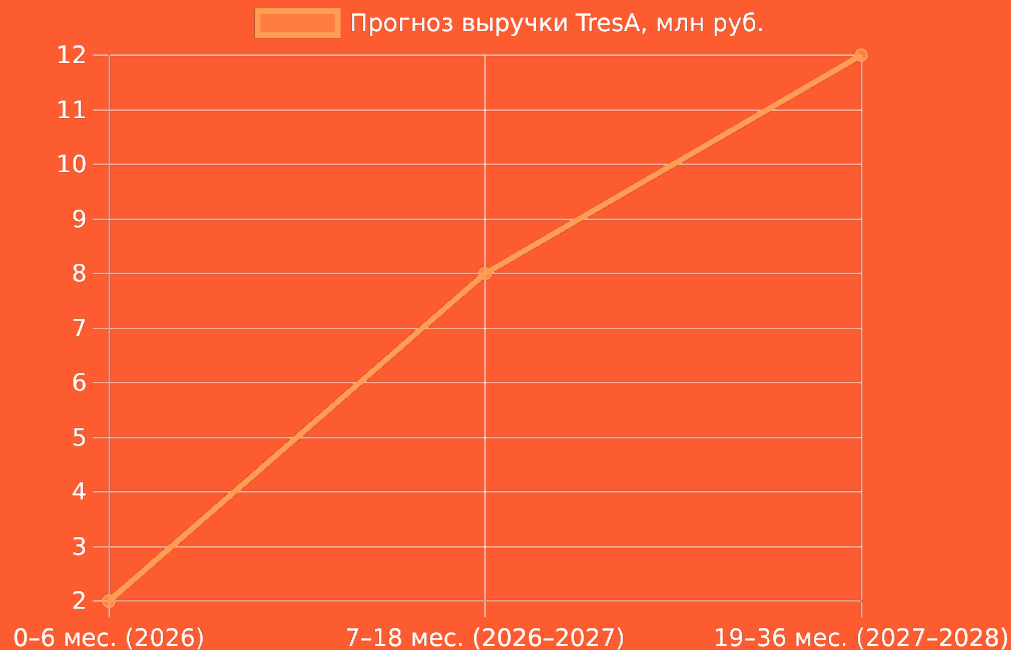


Динамика финансовых показателей TresA

По этапам Выручка действительно растет с запуском конструктора и планы расширения охвата за счет географической экспансии и новых сервисов.



Инвестиции в технологии и рынок позволяют достичь устойчивого роста и превышения 12 млн руб. к третьему году работы.



Внутренний прогноз,



Запрашиваемые инвестиции и структура затрат

Объем инвестиций – 5,5–7 млн руб. включает производство, маркетинг и разработку онлайн-конструктора с AI и 3D-визуализацией. Гибридный сценарий – 1,2–2 млн руб.



Полная кастомная разработка с AR требует 4–5,5 млн руб., минимальный запуск без конструктора возможен с 1,5 млн руб., но без полного технологического преимущества.



Команда TresA: компетенции и роли основателей

Елисей Пригоровский — технический директор и аналитик

Отвечает за техническую реализацию, управление производством и логистикой, интеграцию онлайн-конструктора и анализ проекта. Профессионал в создании работающих продуктов и оптимизации процессов.



Анастасия Жильцова — креативный и продуктовый директор

Куратор смыслового ядра бренда, дизайна и визуального языка. Руководит наполнением библиотеки арт-элементов и UX конструктора, обеспечивает эстетическую целостность продукта и управление производством.





Технологическая основа проекта TresA



TresA использует комплекс цифровых технологий, включая 3D-визуализацию и AI, что обеспечивает удобство персонализации и точный анализ запросов пользователей для создания уникального продукта.

Дополнительно рассматривается внедрение AR-примерки, а ключевыми компонентами являются движок конструктора, AI-модули и интегрированная система от создания до производства заказов.



Технологическая готовность и планы развития TresA

Показатель	Описание
TRL	3–4 (экспериментальная концепция)
Целевой TRL	7–8 (прототип)
Сроки	12–18 месяцев
Критические модули	3D-конструктор, AI-алгоритмы, backend-платформа

Показан текущий уровень технической готовности проекта (TRL), ключевые модули разработки и сроки достижения прототипа с коммерческой готовностью.

Запрашиваемое финансирование позволит перейти от концепции к готовому к запуску прототипу в среднем за год с развитием ключевых технологических модулей.



Уникальное торговое предложение TresA



TresA предоставляет кураторскую библиотеку арт-кодов, позволяющую создавать максимально персонализированные и осмысленные образы через уникальный онлайн-конструктор.

Платформа фокусируется не на простом изображении, а на глубоком визуальном самовыражении, давая клиенту свободу творчества и возможность стать соавтором продукта.

Особенность TresA – создание вовлечённого сообщества вокруг бренда, где ценятся интеллектуальная глубина и оригинальность, что усиливает лояльность и узнаваемость.





Вовлечённость через цифровые инструменты

Онлайн-конструктор является центром комьюнити, стимулируя креативность и регулярное взаимодействие. Постоянные события и пользовательский контент (UGC) поддерживают активность и укрепляют привязанность.



Оффлайн и социальные механики интеграции

TresA активно использует социальные сигналы, включая хештеги и рекомендации в нишевых каналах, а офлайн-события собирают единомышленников, объединяя цифровое и реальное общение для создания крепких связей.

+ Сообщество TresA и механики лояльности



TresA как инновационный лидер на рынке моды

Проект уникально сочетает искусство, персонализацию и цифровые технологии. TresA обладает высоким потенциалом для коммерческого успеха и устойчивого роста благодаря глубокой связи с целевой аудиторией.