

5/127 Март 2021



With the
support of the
CCI of Russia

www.tpprf.ru •

Business DIALOG Media

RBC

Russian Business Guide

Андрей года
2021



Андрей Сарамуд,

генеральный директор компании «АМИРА»:

«ГЛАВНОЕ – НЕ ОСТАНАВЛИВАТЬСЯ!»

SMART ORAL CARE[®]

- для повышения механической прочности эмали
- для улучшения обменных процессов в мягких тканях



Товар сертифицирован. На правах рекламы. Умная гигиена полости рта. ООО «Диарси Центр», ОГРН 1067746306495, юр. адрес: 142800, Россия, Московская область, г. Ступино, село Старая Ситня, километр 5-й (Автодорога Ступино-Малино тер.), вл. 1, стр. 1.



ЗУБНАЯ ПАСТА НА КАЖДЫЙ ДЕНЬ R.O.C.S.[®] АКТИВНЫЙ МАГНИЙ

АКТИВАТОР СОТЕН
ФЕРМЕНТОВ

КЛЕТОЧНЫЙ
РЕГУЛЯТОР
ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО
ОБМЕНА



РЕГУЛЯТОР
РЕПАРАТИВНЫХ
ПРОЦЕССОВ

КЛЮЧЕВОЙ ЭЛЕМЕНТ
В МИНЕРАЛЬНОМ
ОБМЕНЕ



БЕЗ ФТОРА



НАТУРАЛЬНАЯ
ЗАЩИТА



АКТИВНЫЙ
МАГНИЙ



АКТИВНЫЙ
КАЛЬЦИЙ

Рекомендована широкому кругу лиц. Не имеет возрастных ограничений. Эффективность пасты для профилактики вторичного кариеса в постпломбировочный период подтверждена клинически. Подходит лицам с нарушением энергетического и минерального обменов, например при сахарном диабете.



Personal-Care.ru
ОФИЦИАЛЬНЫЙ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН

*Подтверждено клиническими исследованиями и тестами.



www.rocs.ru

«ПИЩЕВОЕ ПРОИЗВОДСТВО. ПРОДУКТ ГОДА»

■ ГК «Конфаэль»

“FOOD PRODUCTION. PRODUCT OF THE YEAR”

■ GC Confael

«ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ БИЗНЕСА»

■ Maschinenfabrik Reinhausen Russia

■ ООО «Арнег»

“EQUIPMENT FOR BUSINESS”

■ Maschinenfabrik Reinhausen Russia

■ ARNEG LLC

«ЛИДЕР ОТРАСЛИ ПЛАСТИЧЕСКОЙ ХИРУРГИИ И ЭСТЕТИЧЕСКОЙ МЕДИЦИНЫ»

■ Компания «КЛЮВЕРМЕД»

“LEADER IN THE INDUSTRY OF PLASTIC SURGERY AND AESTHETIC MEDICINE”

■ CLOVERMED

«ФРАНШИЗА ГОДА»

■ BurgerCLUB

■ OldBoy Barbershop

■ ООО «Оптимист Оптика»

■ ООО «Хостелы Рус»

■ Центр недвижимости и ипотеки «Этажи» (г. Тюмень)

■ АО 1 ЮВЕЛИРНАЯ СЕТЬ

ADAMAS

“FRANCHISE OF THE YEAR”

■ BurgerCLUB

■ OldBoy Barbershop

■ Optimist Optica LLC

■ Hostelli Rus LLC

■ Center for real estate and mortgage Etazhi (Tyumen)

■ 1 YUVELIRNAYA SET

ADAMAS JSC

«ЛУЧШАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ ПЛОЩАДКА»

■ Radius Group (OOO STRATA)

■ АО «Карболит»

■ АО «ОЗЗ ППТ «Липецк»

■ АО «ОЗЗ «Лотос»

■ АО «ОЗЗ «Санкт-Петербург»

■ ПАО «Калибр»

■ АО УК «Химпарк Тагил»

■ ОЗЗ «Доброград-1»

■ АО «Технопарк Санкт-Петербурга»

“BEST INDUSTRIAL SITE”

■ Radius Group (STRATA LLC)

■ Karbolit JSC

■ SEZ PPT Lipetsk JSC

■ SEZ Lotos JSC

■ SEZ St. Petersburg JSC

■ Kalibr PJSC

■ MC Chemical park Tagil JSC

■ SEZ Dobrograd-1

■ St. Petersburg Technopark JSC

«ЛУЧШАЯ ИННОВАЦИОННАЯ ПЛОЩАДКА»

■ ГАУ КО «Технопарк

«Обнинск»

BEST INNOVATIVE SITE

■ GAU KO Technopark Obninsk

«ДРАЙВЕР ЦИФРОВОГО УСПЕХА»

■ Selecty

“DRIVER OF DIGITAL SUCCESS”

■ Selecty

«ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОРЫВ»

■ АО «НПО «КРИПТЕН»

■ ООО «Московский завод

«ФИЗПРИБОР»

“INNOVATIVE BREAKTHROUGH”

■ RPC KRYPTEN JSC

■ Moskovskiy Zavod

FIZPRIBOR LLC

«РОССИЯ – ГЕРМАНИЯ»

■ ООО «Беннинг Пауэр

Электроникс»

“RUSSIA – GERMANY”

■ Benning Power Electronics

LLC

«ЗНАК КАЧЕСТВА»

■ ООО «Бриджстоун Тайер

Мануфэкчуриг СНГ»

■ ООО «Первый печатный

двор»

■ ООО «КЕЛАНЗ Медикал»

■ Svao-dental clinic

“QUALITY MARK”

■ Bridgestone Tire

Manufacturing CIS LLC

■ Perviy Pechatniy Dvor LLC

■ KELEANS Medical LLC

■ Svao-dental clinic

«ЗА ВКЛАД В ПОДДЕРЖКУ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО СООБЩЕСТВА В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ»

■ Денис Андреевич Назаров

Председатель московского

регионального отделения

«Деловая Россия»

“FOR THE CONTRIBUTION TO SUPPORTING THE BUSINESS COMMUNITY DURING THE PANDEMIC”

■ Denis Andreevich Nazarov

Chairman of the Moscow

Regional Branch of Business

Russia

«ЗА ВКЛАД В РАЗВИТИЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

■ ООО «ТД Пластмасс Групп»

“FOR CONTRIBUTION TO THE DEVELOPMENT OF INDUSTRY”

■ TD Plastmass Group LLC

«ЗНАК ВЫСОКОГО ДОВЕРИЯ»

■ ООО «ИТКОЛ-сервеинг»

“SIGN OF HIGH TRUST”

■ ITKOL-SERVEING LLC

«ИННОВАЦИОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ В ОБЛАСТИ ПЛАСТИЧЕСКОЙ, РЕКОНСТРУКТИВНОЙ ХИРУРГИИ И КОСМЕТОЛОГИИ»

■ Компания «БИО Концепт»

“INNOVATIVE EDUCATIONAL PROJECTS IN THE FIELD OF PLASTIC, RECONSTRUCTIVE SURGERY AND COSMETOLOGY”

■ Bio Concept

«УСЛУГИ ДЛЯ БИЗНЕСА»

■ Компания «ФИНЭКСПЕРТ»

■ Юридическая компания

«MPG центр»

■ ООО «ГК

СОЮЗСЕРТИФИКАЦИЯ»

■ ООО «Группа Компаний

Консалтика»

“SERVICES FOR BUSINESS”

■ FINEXPERT

■ Law company MPG Center

■ GK SOYUZSERTIFIKATSIYA

LLC

■ Gruppya Kompaniy Konsaltika

LLC

«БРЕНД ГОДА»

■ Компания МАЙ

Curtis и Майский

■ ООО «Декёнинк Рус»

■ Торгово-промышленная

группа компаний «Диариси»

(бренд R.O.C.S. ®)

“BRAND OF THE YEAR”

■ MAY Company

Curtis and Maysky

■ Deceuninck Rus LLC

■ Trade and industrial group

DRC (R.O.C.S. ® brand)

«ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЕ. ИННОВАЦИИ В ЭНЕРГЕТИКЕ»

■ ООО «АЭР»

“ENERGY SAVING. ENERGY INNOVATIONS”

■ AER LLC

«НЕДВИЖИМОСТЬ. ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ»

■ ООО «Оранж»

■ Артём Анатольевич Чесноков

“REAL ESTATE. BEST PRACTICES”

■ Orange LLC

■ Artem Chesnokov

«ИННОВАЦИИ В ОБЛАСТИ ПОДЪЁМНО-ТРАНСПОРТНОГО ОБОРУДОВАНИЯ»

■ ООО «Многопрофильный

Завод Подъемных

Механизмов»

“INNOVATIONS IN THE FIELD OF MATERIAL HANDLING EQUIPMENT”

■ Mnogoprofilniy Zavod

Podyemnykh Mekhanizmov

LLC

«ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ТЕРРИТОРИЙ»

■ Михаил Юрьевич Токарев

Глава Сергиево-Посадского г. о.

“INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF TERRITORIES”

■ Mikhail Yurievich Tokarev

Head of Sergiev Posad City

District

«ЛОГИСТИКА»

■ ООО «Навиния Рус»

■ ООО «Елтранс+»

“LOGISTICS”

■ Nawinia Rus LLC

■ Eltrans+ LLC

«ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ»

■ «Октава ДМ»

“EXPORT POTENTIAL”

■ Octava DM

«ЖЕНЩИНА В БИЗНЕСЕ»

■ ООО «Регион»

“WOMAN IN BUSINESS”

■ Region LLC

«ИННОВАЦИИ В ЭКОЛОГИИ»

■ ГК «Экобокс»

■ ООО «Инновационная

компания «Экология и

природа»

“INNOVATION IN ECOLOGY”

■ GC Ecobox

■ Innovatsionnaya Kompaniya

Ekologiya i Priroda LLC

«ПРОМЫШЛЕННОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО»

■ ООО «Штальберг»

“INDUSTRIAL ENGINEERING”

■ Stahlberg LLC

«БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЕ»

■ Виктория Владимировна

Иванова

“BUSINESS EDUCATION”

■ Victoria Vladimirovna Ivanova

«ДИЗАЙНЕР ГОДА»

■ Таша Рублёва

Основатель и ведущий

дизайнер, мастер-портной

мужского костюма

Модный дом Rubleffka

“DESIGNER OF THE YEAR”

■ Tasha Rubleva

Founder and Lead Designer,

Master Tailor of Men's Suit

Fashion house Rubleffka

«ПРОДУКТ ГОДА»

■ Unagrande Company

Моцарелла и Рикотта Unagrande

■ Экопарк «Ясно Поле»

“PRODUCT OF THE YEAR”

■ Unagrande Company

Mozzarella and Ricotta Unagrande

■ Yasno Pole Eco Park

«ИННОВАЦИОННЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ»

■ АО «АМИРА»

“INNOVATIVE SOLUTIONS FOR THE URBAN ENVIRONMENT”

■ AMIRA JSC

«АЗЕРБАЙДЖАН – РОССИЯ»

■ ООО «Гранте» –

Представительство завода

ЗАО «АЗНАР» им. Теймура

Ахмедова

■ ООО «Кондитерский

холдинг «Королевский»

“AZERBAIJAN – RUSSIA”

■ Grante LLC – Representative

office of the plant AZNAR

CJSC named after Teimur

Akhmedov

■ Konditerskiy Holding

Korolevskiy LLC

«РАЗВИТИЕ НЕФТЯНОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ»

■ ПАО «НК «Роснефть»

■ ПАО НК «РуссНефть»

“DEVELOPMENT OF THE OIL INDUSTRY OF RUSSIA”

■ Rosneft Oil Company PJSC

■ RussNeft PJSC

«РУКОВОДИТЕЛЬ ГОДА»

■ Onco.Rehab

(ООО «Онкоклиника»)

■ ООО ПКФ «Таврос»

■ ГК «Фармасинтез»

■ ООО «ФЭЙМОНВИЛЬ

РУСЬ»

“LEADER OF THE YEAR”

■ Onco.Rehab

(Onkoklinika LLC)

■ PCF Tavros LLC

■ Pharmsynte Group

■ Faymonville Russ LLC

ДОРОГИЕ ДРУЗЬЯ!

Молодёжное предпринимательство на сегодняшний день является одним из приоритетных направлений развития малого и среднего предпринимательства в России. Наша цель как Агентства стратегических инициатив – создать комфортные условия для продвижения и развития молодёжного предпринимательства. Деятельность Центра молодёжных инициатив (ЦМИ) АСИ направлена на помощь в начале своего бизнеса, работу с проблемами и ошибками, с которыми часто сталкиваются предприниматели. Создание благоприятной бизнес-экосистемы для молодёжи в нашей стране, обеспечение доступа молодого поколения к различным мерам поддержки помогает Generation Z избежать ряда трудностей и ошибок, препятствующих осуществлению, реализации их идей и проектов, что положительно сказывается на экосистеме предпринимательства в Российской Федерации.

Корпоративный директор АСИ Елена Мякотникова выражает слова поддержки начинающим предпринимателям: «Развитие молодёжного предпринимательства является ключевой задачей ЦМИ АСИ, мы нацелены на создание лучшего российского бизнес-сообщества для будущих поколений». Центр молодёжных инициатив за 2020 год создал цифровую платформу «Конструкториум» для развития молодёжного предпринимательства в России, которая в начале 2021 года завершила бета-тестирование и открыла отбор проектов. Платформа направлена на поддержку бизнес-инициатив молодых пред-

принимателей от 14 до 24 лет, инициативы могут иметь любую направленность и любую сферу, что создаёт больше возможностей молодым людям.

Руководитель Центра молодёжных инициатив АСИ Александр Вайно верит в то, что наша молодёжь сможет перевернуть данную сферу бизнеса в нашей стране. «На нашем пути мы преодолели множество барьеров в ходе создания цифровой платформы, которые научили нас важным вещам и дали ценный опыт. «Конструкториум» создан для преодоления существующих барьеров и реализации бизнес-идей молодых предпринимателей. В качестве своей главной задачи мы видим создание новых субъектов МСП и предоставление новых возможностей молодёжи для самореализации».

Руководитель проекта Центра молодёжных инициатив АСИ Павел Орехов отмечает, что платформа «Конструкториум» является также точкой входа в фонд «Молодёжная предпринимательская инициатива», который предоставляет финансовую поддержку, а самое главное – снимает финансовые и юридические риски с молодых предпринимателей. «В первую очередь мы стараемся создавать мост к новым экономическим возможностям для молодёжи и помогаем реализовывать предпринимательские мечты и идеи молодым и активным людям». Многие проекты могут претендовать на финансирование своих стартапов, порядок цифр финансирования одного проекта – от 500 тысяч до 50 миллионов рублей.



DEAR FRIENDS!

Youth entrepreneurship is currently one of the priority areas for the development of small and medium-sized businesses in Russia. As the Agency for Strategic Initiatives, our goal is to create comfortable conditions for the promotion and development of youth entrepreneurship. ASI's Youth Initiative Centre (YIC) activities are aimed at helping young people to start their own businesses, dealing with the problems and mistakes that entrepreneurs often encounter. Creating a favourable business ecosystem for young people in Russia, providing access to various support measures for the young generation helps Generation Z to avoid a number of barriers and mistakes that hamper the implementation, realization of their ideas and projects, thereby having a positive effect on the ecosystem of entrepreneurship in the Russian Federation.

ASI Corporate Director Elena Myakotnikova expresses her words of support to aspiring entrepreneurs: "The development of youth entrepreneurship is a key objective of the ASI YIC, we aim to create a better Russian business community for future generations." In 2020 the Centre for Youth Initiatives created the Constructorium digital platform for the development of youth entrepreneurship in Russia, which completed beta-testing and opened project selection at the

beginning of 2021. The platform aims to support the business initiatives of young entrepreneurs aged 14 to 24; the initiatives can have any focus and any field, which creates more opportunities for young people.

Alexander Vaino, Head of the ASI Centre for Youth Initiatives, believes that Russian young people can turn this area of business in this country into a new one. "We have overcome many barriers along the way while creating the digital platform, and that has taught us important things and given us valuable experience." Constructorium was created to overcome existing obstacles and implement the business ideas of young entrepreneurs. We see the creation of new SMEs and the provision of new opportunities for young people to realize their potential as our main task.

Pavel Orekhov, Project Manager at the ASI Centre for Youth Initiatives, notes that the Constructorium platform is also the entry point to the Youth Entrepreneurial Initiative Fund, which provides financial support and, most importantly, removes financial and legal risks for young entrepreneurs. "First and foremost, we try to create a bridge to new economic opportunities for young people and help young and active people realize their entrepreneurial dreams and ideas. Many projects can apply for funding for their start-ups, the amounts for funding one project is from 500 thousand roubles up to 50 million roubles.

Дорогие друзья!

От имени Бельгийско-Люксембургской торговой палаты в России и себя лично приветствую организаторов, партнёров, номинантов и лауреатов ежегодной премии «Russian Business Guide. Люди года – 2021».

Вручение премии «Люди года» и признание заслуг активных предпринимателей, людей бизнеса стали уже доброй традицией, продолжаемой даже в непростой момент стремительных изменений привычной всем нам жизни. Предпринимателя не сломить трудностями и кризисами, его ведут особое призвание, стремление к новому, желание преуспеть, и он не свернёт со своего пути, который порой бывает сложен и непредсказуем.

Прошедший год стал символом глобальных перемен, повлиявших на общество и на бизнес во всём мире: для предпринимателей открылись неосвоенные ниши, появились другие форматы коммуникаций, обозначились новые тренды, что предоставило множество возможностей для реализации и развития уникальных бизнес-идей.

Убеждён, что присущий российскому предпринимателю оптимизм поможет преодолеть любые препятствия, главное, помнить, что кризис – явление временное и всегда сменяется ростом.

Искренне желаю всем предпринимателям успехов, реализации новых идей и проектов, благополучия. Будьте здоровы и счастливы!

**Генеральный директор
Бельгийско-Люксембургской торговой
палаты в России Олег Prozorov**



Dear friends!

On behalf of the Belgian-Luxembourg Chamber of Commerce in Russia and myself, I welcome the organizers, partners, nominees and laureates of the annual "Russian Business Guide. People of the Year 2021" award.

The People of the Year award and the recognition of active businessmen and entrepreneurs has become a good tradition, which continues even at the difficult time of rapid changes in our habitual lives. An entrepreneur cannot be crushed by problems and crises, he or she has a special mission, a thirst for something new and a desire to succeed, and he or she will not swerve from their path, which can at times be arduous and unpredictable.

Last year was a symbol of global changes affecting society and business worldwide: undiscovered niches opened up for entrepreneurs, new formats of communication appeared, new trends emerged, providing many opportunities to implement and develop unique business ideas.

I am sure that the inherent optimism of the Russian entrepreneur will help him/her to overcome any obstacles, and the main thing is to remember that the crisis is a temporary phenomenon, always giving way to growth.

I sincerely wish all entrepreneurs every success, the realization of new ideas and projects, and prosperity. I wish you health and happiness!

**General Director of the Belgian-Luxembourg
Chamber of Commerce in Russia Oleg Prozorov**

Глубокоуважаемые коллеги!

Надеюсь, что российское и австрийское предпринимательские сообщества всегда будут признательны популярному изданию Russian Business Guide за освещение российско-австрийского делового сотрудничества. Как российские, так и австрийские бизнесмены периодически имеют возможность на страницах журнала поделиться своими планами и идеями по развитию и расширению сотрудничества в самых разных областях экономики двух стран.

Предприниматели России и Австрии, несмотря на пандемию коронавируса, которая серьёзно бьёт по экономической и деловой составляющей двусторонних отношений, сохраняют настрой на креативную совместную работу, прилагают усилия по сохранению наработанных возможностей российско-австрийского сотрудничества. В последнем выпуске журнала в ноябре 2020 года российский и австрийский бизнес подтвердил правильность выбранных приоритетов и направлений торгово-экономических связей.

Знаковая акция журнала «Люди года», ставшая доброй традицией для бизнеса, в нынешнее непростое время способствует дальнейшему развитию предпринимательства в России и налаживанию широкого межгосударственного сотрудничества в самых различных сферах.

Уверен, что консолидация усилий предпринимательского сообщества посредством журнала Russian Business Guide, который периодически премирует лучших представителей российского бизнеса, и в дальнейшем будет способствовать укреплению экономического потенциала Российской Федерации, признанию возможностей и значимости бизнеса нашей страны на международном уровне.

Желаю всем участникам новых успехов и достижений в развитии бизнеса, здоровья, счастья и благополучия родным и близким людям!

**Исполнительный директор
Российско-Австрийского Делового совета
Анатолий Иванович Головатый**



Dear colleagues!

I hope that the Russian and Austrian business communities will always be thankful to the popular magazine Russian Business Guide for covering Russian-Austrian business cooperation. Both Russian and Austrian business people regularly have an opportunity to share their plans and ideas for the development and expansion of cooperation in various areas of the economy of the two countries on the pages of the magazine.

Despite the coronavirus pandemic affecting the economic and business component of bilateral relations, Russian and Austrian entrepreneurs remain committed to creative teamwork and make efforts to preserve the existing opportunities for Russian-Austrian cooperation. In the most recent edition of the magazine in November 2020, Russian and Austrian business confirmed the right choice of priorities and areas of trade and economic relations.

The iconic campaign of "People of the Year" magazine, which has become a good tradition for business, promotes in current difficult times further development of entrepreneurship in Russia and establishment of broad interstate cooperation in a number of areas.

I am sure that consolidation of efforts of the entrepreneurial community through the Russian Business Guide magazine, which periodically awards the best representatives of Russian business, will further contribute to strengthening of the economic potential of the Russian Federation, recognition of opportunities and significance of our country's business at the international level.

I wish all participants new success and achievements in business development, health, happiness and well-being to their families and friends!

**Executive Director of Russian-Austrian
Business Council
A. Golovaty**

Группа компаний «АМИРА» – многофункциональный производственно-коммерческий холдинг, целая индустрия света! Здесь знают всё обо всех гранях наружного освещения, а ещё о флагштоках, опорах сотовой связи, оборудовании для молниезащиты. И это далеко не весь перечень компетенций специалистов «АМИРА», не боящихся браться за поистине уникальные проекты. Об истории и сегодняшнем дне компании «АМИРА» мы побеседовали с её генеральным директором Андреем Сарамудом.

Андрей Сарамуд,
«АМИРА»:
«Наш девиз:
«Не останавливаться!»»

– Андрей Индустриевич, с мая 2016 года вы являетесь генеральным директором АО «АМИРА» – многофункционального производственно-коммерческого холдинга, включающего полный цикл: от проектирования и производства до монтажа осветительных установок различного назначения. Но, как говорил Конфуций, даже самое долгое путешествие начинается с первого шага. Вы родились на Брянщине, в тысяче километров от Санкт-Петербурга. Какими путями пришли к настоящему моменту? В 1991 году, когда компания «АМИРА» была зарегистрирована в мэрии Санкт-Петербурга за подписью председателя Комитета по внешним связям Владимира Путина, вы уже работали в её команде?

– Да, действительно, первый шаг – самый важный! Мне всегда нравился Петербург, и учиться я хотел именно там. После службы в Советской армии я окончил Санкт-Петербургский физико-механический колледж им. С. А. Зверева, начал трудиться в объединении «ЛОМО». Второе образование получил уже в Северо-Западной академии государственной службы при Президенте РФ. Работал всегда много и разнонаправленно. В «АМИРУ» я пришёл 14 лет назад, перед этим поработав и в сфере молодёжной политики (ЗАО «МБТ»),

и в Энергомашбанке, и даже в футбольном клубе «Зенит». Так что в момент регистрации «АМИРЫ» я ещё трудился в другом месте, документы с подписью будущего президента России выпало получать, увы, не мне... В 2016 году меня избрали на пост генерального директора компании, и по сей день я тружусь в этом качестве.

– Какие важные этапы прошла «АМИРА» с момента регистрации до сегодняшнего дня? Что представляет собой компания сегодня, какова её структура?

– За 30 лет, конечно, произошло многое! Начинала компания с двух арендуемых комнат. Четверть века назад мы первыми познакомили российский рынок освещения с высокомачтовыми опорами с мобильной короной. До нас в России эта технология не применялась. Первые такие мачты мы поставили в Москве на Комсомольской площади. В 2000 году запустили свою производственную площадку – завод металлоконструкций, а спустя три года ввели ещё один – уже по производству светотехники. В 2015-м построили третий завод. Сегодня у группы компаний «АМИРА» полный цикл производства, включая проектирование, монтаж и сервисное обслуживание.

Сегодня «АМИРА» – это без малого 400 сотрудников на всех предприятиях, два

филиала (в Москве и Ростове-на-Дону), дилерская сеть, своё конструкторское бюро, собственная строительно-монтажная компания, сервисное обслуживание на объекте и обучение заказчиков. Мы – компания, которая не боится браться за мегасложные и уникальные проекты: это, например, производство 100-метрового флагштока для Финляндии и 93-метровых молниеотводов для Тобольска, подсветка Финляндского железнодорожного моста, реконструкция газового освещения или совсем непривычный для нас проект – въездная стела «Москва».

– Важнейшим моментом в жизни компании стало образование собственного производства осветительных опор, мачт и прочих металлоконструкций, а затем и осветительного оборудования. Ваше производство вот уже 21 год развивается и модернизируется. Расскажите о нём: каковы производственные площади, мощности, обороты? На каком оборудовании вы работаете?

– В самом деле, постройка собственного завода – один из важнейших этапов нашего развития. Говорю «один из», так как у нас две производственные площадки в Петербурге на 25 тыс. кв. м и одна в Ленинградской области на 100 тыс. кв. м. В год мы производим до 200 тысяч изделий: это опоры, молниезащитные комплексы, флагштоки и осветительное оборудование. Наши заводы прекрасно оснащены и прессами с усилением 1000, 1250 и 2000 т, современными сварочными линиями, и оборудованием для безвоздушного нанесения полиуретановых двухкомпонентных красок.

– Управление современным производством невозможно без применения соответствующей методологии, а методов существует много: ТОС, 6 сигм, метод Форда, цикл Деминга и т. д. К тому же эпоха цифровизации постоянно привносит в них дополнения. Какими МУП вы пользуетесь? Вы увлекаетесь восточными единоборствами, а это, говорят, формирует особый склад ума. Помогает ли вам это в управлении предприятием?

– Я бы не стал выделять какую-то одну систему управления, хотя, конечно, цикл Деминга нам близок. Но каждое производство уникально, любую систему нужно адаптировать, тем более в эпоху цифровизации. Так действуем и мы.

Занятия восточными единоборствами учат не растрчивать силы на суету и сохранять стойкость. Взлёты и падения – естественная часть развития предприятия, и если бурно реагировать на сложности, то просто не хватит здоровья. Да и эффективность работы в этом случае значительно снижается. Я за конструктивные решения возникающих сложностей.

– «АМИРА» выпускает продукцию для уличного и садово-паркового освещения, для освещения аэропортов, стадионов, объектов нефтегазового сектора, а также опоры сотовой связи, флагштоки, оборудование для транспортной инфраструктуры и молниезащиты и всевозможные комплектующие к ним. В принципе каждая из перечисленных категорий достойна отдельного абзаца, но расскажем о своём ассортименте хотя бы вкратце.

– Если вкратце, то наша продукция многогранна – в прямом и переносном смысле! Современные системы освещения нашего производства базируются на гранёных и круглоконических опорах. Они используются для освещения дорог, магистралей, площадей, парков и пр. Причём мы работаем над тем, чтобы наши опоры были комбинированными и не только выполняли свою основную функцию – освещение, но и могли нести нагрузку контактной сети городского электротранспорта или антенн сотовой связи. Повышение функциональности опор даёт возможность устанавливать их с меньшей частотой, где это возможно, и положительно сказывается на внешнем облике городов. Группа компаний «АМИРА» разработала несколько видов подобных опор, которые отлично вписываются в реализацию национальных проектов: это безопасные и качественные автомобильные дороги, цифровизация, «Чистое небо» и другие. Использование опор сотовой связи, совмещённых с освещением, например, решает проблему доступности связи на трассах.

У нас есть целая линейка высокомастовых опор освещения и молниезащитных комплексов, совмещённых с освещением. Они используются в основном в аэропортах, портах, на железных дорогах, спортивных объектах и объектах нефтегазового сектора. Здесь мы работаем как над высотой конструкций (в последнее время к нам всё чаще обращаются за нестандартными молниеотводами, свыше 80-90 метров), так и над несущей способностью стационарных корон для прожекторов.

Особняком стоит направление высокомастовых флагштоков. Пока самый высокий в нашем портфолио – 100-метровый, но уверен, это не предел! Вся продукция группы компаний «АМИРА» проектирует-

ся собственным конструкторским бюро, а готовые изделия, особенно сложные и высокие, проходят натурные испытания.

– Проектно-конструкторское бюро для выполнения светотехнических и конструкторских расчётов, а также проектов архитектурной подсветки в «АМИРЕ» было организовано ещё в 1997 году. С тех пор на его счету немало инновационных решений. Наверное, иные и запатентованы? Расскажите о самых интересных из них.

– Как я уже отмечал, 25 лет назад мы привезли в Россию технологию производства высокомастовых опор с мобильной короной, которую можно обслуживать с земли. На сегодняшний день мы её развили до мачт с движущейся по монорельсу короной. Также у нас запатентованы опоры складывающегося типа. Цель та же, что и с мобильной короной: проведение обслуживания с земли. Только в складывающихся опорах вы наклоняете часть ствола и безопасно проводите необходимые манипуляции с осветительными приборами. Особенно такие опоры востребованы на объектах с ограниченным доступом: это детские сады, спортивные площадки, горнолыжные склоны.

– «АМИРА» предлагает не только свою продукцию, но и услуги. Какие?

– Мы уделяем большое внимание качеству нашей продукции на каждом этапе проектирования, производства и, конечно, монтажа. Поэтому одной из первых услуг, появившихся у нас, можно назвать проведение монтажа и шефмонтажа на объекте. Позже, исходя из опыта и анализа проблем, с которыми можно столкнуться на объекте, мы добавили услугу обучения заказчика обслуживанию нашего и аналогичного

оборудования. Согласитесь: одно дело – просто прочитать инструкцию по монтажу, совсем другое – под руководством высококлассных специалистов самому пройти все этапы сборки и обслуживания осветительного оборудования. Недавно мы расширили пакет услуг, добавив в него сервисное обслуживание осветительного оборудования. Не всегда у заказчика есть возможность обучать сотрудников, иногда просто не хватает людей, тут уж не до обучения, а следить за оборудованием нужно. Здесь мы и готовы помочь как производитель и опытная строительно-монтажная организация.

– Вы могли бы выделить среди этого многообразия сфер деятельности компании приоритетные направления?

– Группа компаний «АМИРА» развивается как светотехническая компания и производитель уникальных металлоконструкций разного назначения. Мы не бросаем все силы только на одно направление, а стараемся искать новые пути для приложения наших компетенций.

– Среди важных для «АМИРЫ» направлений, так сказать, вишенка на торте – садово-парковое освещение. Это само по себе целое искусство, известное ещё древним римлянам. Но в XXI веке (и даже каждый год) оно делает заметные шаги в своём развитии. Каковы самые последние тенденции в нём и удаётся ли вам следовать за «световой модой»? А может, вы сами её создаёте?

– Действительно, садово-парковое освещение – важное направление для компании. Хотя в последнее время мы занимаемся им не столь активно, как хотелось бы. Тем не менее мы стараемся идти в ногу со временем, предлагать интересные решения. Тенденция в освещении пока остаётся: поиск новых форм, попытка сблизить урбанистику с природными формами, экологический тренд. Важно подсветить парковое пространство, не перетягивая внимание на световой комплекс. Другой подход, наоборот, выстраивает всю композицию вокруг светового комплекса, делая его центром притяжения для горожан и гостей города. В каждом из этих направле-



Освещение Николаевского моста, Красноярск

ний группа компаний «АМИРА» предлагает свежие решения. Например, в реконструкции парка «Сосновка» в Петербурге наши световые комплексы повторяют форму ветвей деревьев, выстраиваясь в аллею. Таким образом, создаётся достаточное освещение парка, но, не присматриваясь специально, вы не заметите опор освещения. В Сколково, наоборот, «опоры-деревья» привлекают внимание, встав в ряд с живыми деревьями.

– **«АМИРА» активно занимается реставрацией исторического освещения, в частности компания выполняет знаковые проекты для Невского проспекта, Александровского сада Санкт-Петербурга, петербургских мостов и других исторических мест. Расскажите об этом направлении своей работы.**

– Для наших специалистов это, безусловно, очень интересное занятие: восстановить корпус или сделать его полную копию по чертежам либо отлитым формам, придумать и установить современные оптические блоки. Впервые мы столкнулись с таким видом работ 11 лет назад, когда нужно было и восстановить несколько газовых фонарей в Александровском саду, и сделать основное освещение светодиодным. Потом были фонари для Зимней и Лебяжьей канавок, канала Грибоедова, Невского проспекта, Дворцового моста и пр.

– **С 2017 года ГК «АМИРА» является членом Международной ассоциации городского освещения (LUCI – Lighting Urban Community International) и ежегодно участвует в её мероприятиях. В частности, на них часто поднимается проблема светового загрязнения. Обрисуйте проблему в целом и роль «АМИРЫ» в её решении.**

– Про световое загрязнение можно говорить долго. Если кратко, то искусственный свет влияет на здоровье человека и состояние окружающей среды, поэтому светотехнические компании работают над минимизацией этих эффектов. Внедряются программы «умных городов», где освещение автоматизируется и используется ровно столько, сколько нужно для освещения объектов, создания атмосферы и безопасности. Основная задача, которую ставят перед собой члены ассоциации, – вывести свет за пределы функциональности: сформировать в городах «умные пространства», безопасные, сохраняющие баланс света дня и ночи, подчёркивающие уникальные особенности местности.

Со своей стороны, группа компаний «АМИРА» совместно с корейскими партнёрами работает над осветительными приборами с минимальным слепящим эффектом.

– **«АМИРА» имеет филиалы в Москве и Ростове-на-Дону, развитую дилерскую сеть и работает, судя по всему, по всей России и не только? Какова география деятельности компании? Планируете ли её расширение?**

– Действительно, «АМИРА» работает по всей России и за рубежом. Мы уже 25 лет поставляем свою продукцию в страны СНГ, 15 лет – в Европу, пять лет – на Ближний Восток. Постоянно расширяем географию поставок, не стоим на месте. В прошлом году, например, охватили Бангладеш.

– **Как компания переживает пандемию и связанный с ней коронакризис? Антикризисные меры пришлось применять?**

– Переживаем, как все, непросто. Тех сотрудников, кого было возможно, перевели на удалённую работу, коллектив достаточно быстро перестроился на новый формат. Заводы продолжали работать с учётом дополнительных мер безопасности. Мы гордимся тем, что, несмотря на очень непростой год, сумели сохранить весь коллектив.

– **В 2020 году, несмотря на кризис, компании удалось многого добиться: завершить строительство второй очереди завода «Мегаполис»; установить в столице 50-метровый флагшток на Поклонной горе и въездную стелу «Москва», а также 40-метровые спортивные мачты для стадиона «Москвич» и 75-метровый флагшток в Благовещенске к юбилею окончания Второй мировой войны; выполнить молниезащиту «Северного потока – 2». Расскажите подробнее об этих проектах.**

– Да, эти проекты очень поддержали нас в непростое время. Конечно, опыт в производстве нестандартных металлоконструкций дорогого стоит. К нам обратились за две недели до Дня России и попросили реализовать идею 50-метрового флагштока. Пришлось изготавливать его в рекордные сроки. Объект был очень ответственный, поэтому выложились на все 200%. Установкой тоже руководили наши специалисты. 12 июня мы все могли наблюдать торжественное поднятие флага на Поклонной горе. В это же время мы занимались проектированием 75-мет-

рового флагштока для Благовещенска. Это был не менее ответственный для нас проект. Для меня – не только коммерческий, но и личный. Мой двоюродный дед Василий Филиппович Сарамуд воевал на Дальневосточном фронте, где и встретил сентябрьскую Победу. Я горд, что в Благовещенске появился такой символ, сделанный нашей группой компаний, и мы смогли выразить свою благодарность и отдать дань памяти всем, кто сражался за Родину.

Основной вид деятельности группы компаний «АМИРА» – всё-таки освещение и молниезащитные комплексы, поэтому коротко остановлюсь на этом аспекте. Мы уже более 25 лет поставляем осветительное и молниезащитное оборудование на объекты наших газовых гигантов. «Северный поток – 2» – не исключение: туда мы поставили 83-метровые высокомастовые опоры и светодиодные прожекторы.

Особняком стоит производство въездной стелы. За 30 лет работы мы, конечно, каких только изделий не производили, но такую конструкцию делали впервые. Хорошо, что к этому времени уже был готов новый покрасочный цех на заводе, где мы смогли разместить 50-метровую негабаритную конструкцию и работать с ней. Так как каждый элемент конструкции был негабаритным, нам пришлось тут же дооборудовать производство. В результате наше портфолио пополнилось ещё одной нестандартной металлоконструкцией, да к тому же такой знаковой, как въездная стела в столицу России!

– **Каковы планы на наступивший год, юбилейный для компании? А в долгосрочной перспективе?**

– Наш девиз: «Не останавливаться!» Конечно, год будет непростым, но я уверен, что благодаря диверсификации мы справимся. Мы всегда старались не акцентироваться только на светотехнической деятельности, хотя она для нас основная, поэтому будем продолжать развитие в этом направлении. У нас есть интересные предложения в рамках реализации национальных проектов.

В долгосрочной перспективе в планах остаётся увеличение числа экспортных контрактов. Как только с перемещением станет полегче, думаю, наш шоурум в Финляндии поможет ознакомить европейских партнёров с нашей продукцией.



Освещение западного обхода, Иваново



Entrance stele "MOSCOW"

Andrey Saramud,
AMIRA: **"Our motto:
"Never stop!"**

AMIRA Group is a multifunctional production and commercial holding company, a real industry of light! They know all aspects on outdoor lighting, flagpoles, mobile phone poles, lightning protection equipment – and that is not the whole list of AMIRA specialists' competence, as they are not afraid to take on truly unique projects. We talked to the CEO of AMIRA – Andrey Saramud – about the history and today's life of the company.

– Mr. Saramud, since May 2016, you have been the CEO of AMIRA, a multifunctional production and commercial holding company with a full cycle – from design and production to installation of lighting units for various purposes. However, as Confucius used to say, even the journey of a thousand miles begins with the first step. You were born in the Bryansk region, a thousand kilometers from St. Petersburg. How did you get to where you are today? In 1991 when AMIRA was registered at the Mayor's Office in St Petersburg with the signature of the Chairman of the Committee for Foreign Relations Vladimir Putin, had you already been part of its team?

– Yes, indeed, the first step is the most important! I had always liked St. Petersburg and it was there that I wanted to study. After serving in the Soviet Army, I graduated from the S. A. Zverev Physics and Mechanics Engineering College and started working at the LOMO association. My second education was already at the North-West Academy of Public Administration under the President of the Russian Federation. I have always worked a lot, and in different directions. I joined AMIRA 14 years ago after working in the sphere of youth policy (MBT CJSC), Energomashbank and even in Zenit football club. So, at the time of registration of AMIRA, I was still employed in another job, and it was, alas, not me who received the documents signed by the future president of Russia... In 2016, I was elected as the CEO of the company, and I am still working in that position to this day.

– What important milestones has AMIRA gone through from the moment of its registration to the present day? What is the company like today, what is its structure?

– Many things have happened in 30 years, for sure! The company started with two rented rooms. A quarter of a century ago we

were the first to introduce high-mast with a mobile crown to the Russian lighting market. This technology had not been used in Russia before us. The first masts of this kind we put up in Moscow on Komsomolskaya Square. In 2000, we launched our first production site – a metal construction plant. Three years later, we started up another one, this time for the production of lighting equipment. In 2015, we built our third plant. Today, AMIRA Group has a full production cycle, including design, installation and service.

Today, AMIRA employs almost 400 people at all its facilities, has two branches in Moscow and Rostov-on-Don, a distribution chain, its own design bureau, its own construction and installation company, on-site service and customer training. We are the company which is not afraid of taking on mega-complicated, unique projects: manufacturing of a 100-metre flagpole for Finland, 93-metre lightning conductors for Tobolsk, illumination of the Finnish Railway Bridge, reconstruction of gas lighting, or a completely unusual for us project – entrance stele "Moscow".

– An important moment in the life of the company was the establishment of its own production of lighting poles, masts and other metal constructions, and then of lighting equipment. Your production has been developing and upgrading for 21 years already. Tell us about it: what is the production area, capacity, turnover? What equipment do you use?

– Sure, the construction of our own plant is one of the most important stages of our development. I say "one of the stages" because we have two production sites in St Petersburg with 25 thousand square meters and one in the Leningrad region of 100 thousand square meters. We produce up to 200 thousand products a year: they include poles, lightning protection complexes, flagpoles and lighting

equipment. Our plants are well equipped with presses with 1000, 1250 and 2000 tons of reinforcement, modern welding lines and equipment for airless application of polyurethane two-component paints.

– Modern production management is not possible without an appropriate methodology. And there are many such methods: TOC, 6 Sigma, Ford, Deming, etc. In addition, the digitalization era is constantly adding new ones. What are your methods of the production management? You are an oriental martial arts fan, which is supposed to create a particular mindset. Does it help you in running the company?

– I wouldn't single out any particular management system, although, of course, the Deming cycle is close to us. But every production is unique, and every system has to be adjusted, especially in the age of digitalization. This is how we operate.

Training in martial arts teaches you not to waste your energy on vanity and to remain steadfast. The ups and downs are the natural part of development of a company, and if you react violently to difficulties, you simply become exhausted, and the efficiency of work decreases dramatically. I am in favor of constructive solutions to difficulties encountered.

– AMIRA manufactures products for street and garden lighting, lighting for airports, stadiums, oil and gas facilities, as well as cellular communication poles, flagpoles, equipment for transport infrastructure and lightning protection and all kinds of accessories for them. In principle, each of these categories deserves at least a separate paragraph, but tell us about your range, at least in brief.

– In short, our products are multifaceted – in the literal and figurative sense! Modern lighting systems of our production are based



on octagonal and conical poles. They are used for lighting roads, highways, squares, parks, etc. We work in order to make our poles multifunctional, so that they not only fulfil their basic function – lighting, but could also be loaded by public transport antennas or mobile phone antennas. The increased functionality of the poles makes it possible to install them with less intensity, where possible, which has a positive effect on the appearance of cities. AMIRA Group has developed several types of such poles, which fit perfectly into the implementation of national projects: safe and high-quality roads, digitalization, “Clear Sky” and others. The use of cellular communications combined with lighting, for example, solves the problem of available communications on highways.

We have the whole range of lighting high-masts and lightning protection complexes combined with lighting. They are mainly used at airports, ports, railways, sports facilities and oil and gas facilities. Here we work both on the height of structures: recently we have been increasingly requested for non-standard lightning protection, over 80-90 meters, and on the load-bearing capacity of stationary crowns for spotlights.

A special direction is the high-mast flagpoles. While the highest in our portfolio – 100-metre, but I’m sure – this is not the limit! All AMIRA Group products are engineered by our own design office, and finished products, especially complex and high ones, are subjected to field trials.

– The design office for lighting and design calculations along with architectural illumination projects was established at AMIRA back in 1997. Since then, it has been responsible for a number of innovative solutions. I suppose some of them have been patented. Tell us about the most interesting ones.

– As I mentioned earlier, twenty-five years ago we brought to Russia the technology for manufacturing high-masts with a mobile crown, which can be serviced from the

ground. Today, we have developed it into masts with a moving frame on a monorail. We also have patented retractable poles. The purpose is the same as with the mobile frame: to carry out maintenance from the ground. Only with retractable poles you can lean a part of the pole and perform the necessary manipulations with the lighting equipment safely. These poles are especially demanded on sites with limited access: kindergartens, sports grounds, ski slopes.

– AMIRA offers not only its products, but also services. What are they?

– We pay great attention to the quality of our products, at every stage of design, production and, of course, installation. Therefore, one of the first services we provided was installation and supervised installation on site. Later on, on the basis of experience and analysis of problems encountered at the site, we added the service of training the customer to maintain our and similar equipment. You have to admit: it is one thing just to read the instructions on installation, and quite another to go through all the stages of assembly and maintenance of lighting equipment yourself, under the guidance of highly qualified professionals. We have recently expanded our service package to include maintenance of lighting equipment. Customers don’t always have the possibility to train their staff, sometimes they just don’t have the personnel, so there is no need for training, though they need to keep an eye on the equipment. This is where we, as a manufacturer and experienced installer, can help.

– Among this variety of activities, could you single out priority areas for the company?

– AMIRA Group develops as a lighting company and as a manufacturer of unique steel structures for various purposes. We do not throw all our efforts into just only one area; we try to find new ways of applying our competencies.

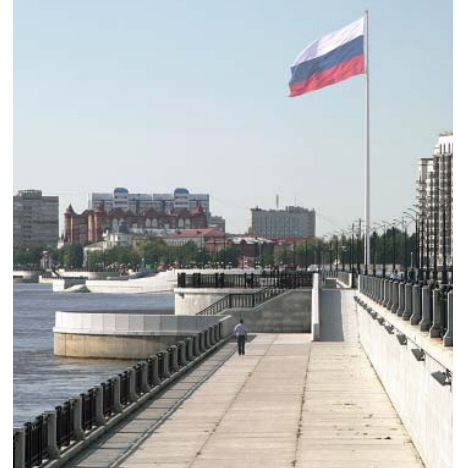
– The crux of the biscuit for AMIRA is garden lighting. It is an art form in itself, known even to the ancient Romans. But in the 21st century, at least every year, it makes significant steps in its development. What are the latest trends in it, and do you follow “lighting fashion”? Or perhaps do you actually set it yourself?

– Garden lighting is indeed an important field for the company. Although recently we have not been as active as we would like to be. We do, however, try to keep up with the times and provide interesting solutions. The trend in lighting is still the search for new forms, an attempt to bring urbanism closer to natural forms, an ecological trend. It is important to illuminate the park space without drawing attention to the lighting complex. The other approach, on the contrary, builds the entire composition around the lighting complex, making it a centre of attraction for residents and visitors. In each of these areas, AMIRA offers fresh solutions. For example, in the reconstruction of Sosnovka Park in St. Petersburg our light complexes follow the shape of tree branches, lining the alley. It gives the park a lot of light, but without looking around, you’re not going to see the fixtures. In Skolkovo, on the other hand, the “tree poles” are eye-catching, standing in line with the living trees.

– AMIRA is actively involved in the restoration of historical lighting, in particular, the company has carried out landmark projects for Nevsky Prospekt, Alexander Garden in St. Petersburg, St. Petersburg bridges and other historical sites. Tell us about this area of your work.

– It is certainly a very interesting activity for our specialists: to restore the hull or make a complete copy from drawings or cast forms; to come up with and install modern optical units. We first encountered this type of work 11 years ago, when we had to both restore some gas lanterns in Alexandrovsky Garden and make the main lighting with LEDs. Then there were lanterns for the Swan and Winter Canals the Griboyedov Canal, Nevsky Prospekt, Palace Bridge, etc.

**75-metre flagpole,
Blagoveshchensk**



– Since 2017, AMIRA has been a member of the Lighting Urban Community International (LUCI), and participates in its events every year. In particular, the problem of “light pollution” is often raised at these events. Outline the problem in general and the role of AMIRA in solving it.

– Light pollution can be discussed endlessly. In brief, artificial light affects human health and the environment, and lighting companies try to minimize these effects. Smart city programs are being implemented, where lighting is automated and used as much as necessary to illuminate facilities, create an atmosphere and safety. The main task set by the members of the Association is to take light beyond functionality: to create “smart spaces” in cities which are safe, preserve the balance of day and night, and highlight the unique features of the area.

The AMIRA group of companies, in collaboration with its Korean partner GigaTera Lighting is working on lighting fixtures with a minimal glare effect.

– AMIRA has branches in Moscow and Rostov-on-Don, a well-developed distribution chain, and operates, apparently, all over Russia, and beyond. What is the geography of the company's activities? Do you plan to expand it?

– It is true that AMIRA operates throughout Russia and abroad. We have been supplying our products to CIS countries for 25 years, for 15 years – to Europe, for 5 years – to the Middle East. We constantly expand the geography of our supplies, and do not stand still. Last year, for example, we covered Bangladesh.

– How has the company survived the pandemic and the associated corona crisis? Have anti-crisis measures had to be applied?

– We are going through it like everyone else – not easy. Those employees who were able to work remotely were transferred to remote work, and the team was able to adjust to the new format fairly quickly. The plants continued to operate with additional security measures being taken. We are proud that, despite a very challenging year, we managed to retain the entire team.

– In 2020, despite the crisis, the company managed to make a lot of progress: to complete the second construction phase of the Megapolis plant, to install a 50-meter flagpole on Poklonnaya Hill and the Moscow entrance stele in the capital as well as 40-meter sports masts for Moskvich Stadium, and a 75-meter flagpole in Blagoveshchensk for the World War II anniversary, to perform lightning protection for North Stream-2. Tell us more about these projects.

– Yes, these projects have really supported us in difficult times. Of course, experience in manufacturing non-standard



Boulevard Ring lighting, Moscow

steel constructions means a lot. We were approached two weeks before the Russia Day and were asked to implement the idea of a 50-metre flagpole. We had to produce it in record time. The object was very demanding so we gave our best to achieve 200%. The installation was also supervised by our specialists. On 12 June we all could watch the flag hoisting ceremony on Poklonnaya Hill. During the same time, we were busy designing a 75-metre flagpole for Blagoveshchensk. It was just an equally responsible project for us. For me it was not only commercial but also personal. My great-uncle, Vasily Filippovich Saramud, fought on the Far Eastern front, where he welcomed the September Victory. I am proud that such a symbol made by our group of companies appeared in Blagoveshchensk, and we were able, in this way, to express our gratitude and pay tribute to all those who fought for the Motherland.

The main activity of the AMIRA group of companies is lighting and lightning protection systems, so I would like to talk briefly about this aspect. We have been supplying our lighting and lightning protection equipment to the facilities of our gas giants for over 25 years. Nord Stream 2 is no exception: we supplied 83-metre-high masts and LED floodlights there.

The production of the entrance stele stands out. In the 30 years we have been producing all sorts of products, but it was the first time we had ever produced such a construction. The good thing is that we already had a new paint shop in the factory, where we could park the 50-metre-long oversized structure and work with it. Since every element of the structure was oversized, we had to immediately retrofit the production facility. As a result, our portfolio was enriched by another non-standard steel construction, moreover such an iconic one as the entrance stele of the capital of Russia!

– What are the company's plans for this year, the anniversary year for the company? What are your plans for the long term?

– Our motto is: “Never stop!” Of course, it will not be an easy year, but I am sure that thanks to diversification we will succeed. We have always tried not to focus only on the lighting activity, although it is the main one for us, so we will continue to develop in this direction. We have interesting proposals within the framework of national projects.

In the long term, we plan to increase the number of export contracts. As soon as it becomes easier to travel, I think our showroom in Finland will help to introduce our products to European partners.



Lighting of the Palace Embankment, St. Petersburg



РОССИЙСКОЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ КОНЦЕРНА ARNEG:

ТРАДИЦИИ, НАДЁЖНОСТЬ, ИННОВАЦИИ



Холодильник – безусловно, одно из важнейших изобретений человечества, помогающее ему победить голод на планете не меньше, чем передовые агротехнологии. С тех пор как в 1850 году американский врач Джон Гори впервые продемонстрировал процесс получения искусственного льда в созданном им аппарате, холодильники неперестанно совершенствуются, и на сегодняшний день огромная индустрия холода включает в себя различные типы холодильных аппаратов. О последних тенденциях в этом удивительном мире холода и о многом другом мы расспросили генерального директора компании ООО «Арнег» Вальтера Лаццарина.

– Вальтер, с тех пор как в 2004 году концерном ARNEG было организовано в Ногинске предприятие по производству холодильных витрин, вы бесспорно являетесь гендиректором ООО «Арнег». Более 16 лет на рынке – срок, достойный уважения, но материнская компания старше на 40 лет и являлась основоположницей при формировании отраслевых стандартов в области коммерческого холода ещё в 1960-х. Она была основана в небольшом итальянском посёлке Марсанго, недалеко от Падуи и Венеции; в сознании россиян эти места связаны с шедеврами архитектуры, искусства, но отнюдь не с современным

производством. Расскажите историю материнской компании. Что представляет собой концерн ARNEG сегодня?

– Действительно, в регионе Венето, в котором находятся Венеция и Падуя, множество всемирно известных шедевров архитектуры и искусства. В Италии трепетно и с огромным уважением относятся к историческому наследию. Однако Венето известен и как регион с давними предпринимательскими традициями и, позвольте отметить, с шедеврами промышленных технологий. На его территории находится множество компаний, известных ныне далеко за пределами Италии. И одна из них – ARNEG. Головное предприятие концерна было основано в 1963 году с целью производства холодильников для супермаркетов, а на сегодня в состав концерна в мировом масштабе входят 21 завод, 12 трейдинговых и сервисных компаний и шесть представительских офисов. Два завода расположены в Российской Федерации.

– **Оборудование ARNEG впервые появилось на российском рынке в 1994 году и активно распространялось через дилерскую сеть. А почему было решено наладить производство в России? И почему для размещения завода был выбран именно участок под Наро-Фоминском? Как проходили проектирование и строительство завода? Что больше всего запомнилось?**

– В начале 90-х годов производство торгового оборудования в России было развито крайне слабо и объёмы импорта были чрезвычайно высокими. Руководители концерна прекрасно понимали потенциал российского рынка и предвидели скорое появление местных производителей, поэтому приняли решение о необходимости инвестиций в производство оборудования в России. Первоначально производство располагалось на арендуемых площадях в Ногинске, но было ясно, что это временное решение. В 2007 году началось строительство завода на приобретённом участке площадью 16 га в Наро-Фоминске. Выбор локации был обусловлен рядом важных факторов: близостью к столице, удобством расположения неподалёку от аэропорта Внуково и Киевского шоссе, всемерным содействием местных властей. Помнится, что

символическая закладка первого камня в основание завода проходила в непростых погодных условиях, при сильном морозе и ветре, но всё окупилось сторицей! Завод был открыт в ноябре 2009 года.

– **Что представляет собой предприятие «Арнег» сегодня: каковы его площади, производственные мощности, годовые обороты, модельно-категорийная линейка выпускаемого оборудования?**

– Площадь завода в Наро-Фоминске составляет 30 тыс. кв. м, и он способен выпускать до 20 тыс. единиц торгового оборудования в год. Обороты за 2020 год составили порядка 3 млрд руб. Наша флагманская категория – холодильное и морозильное оборудование для нужд торговли, но, помимо того, мы разработали и давно и успешно выпускаем кассовые боксы, двери для камер и складов, станции и агрегаты холодоснабжения, стеллажное оборудование. Модельный ряд непрерывно расширяется, ведь только таким образом можно оставаться конкурентным на постоянно развивающемся рынке.

– **Чем оборудование «Арнег» отличается от производимого конкурентами? И много ли у вас конкурентов на российском рынке?**

– Наше оборудование известно своей надёжностью, гарантирует требуемые температуры хранения продуктов (а это самый важный показатель), а также характеризуется инновационным дизайном. Срок службы нашего оборудования при должном уходе весьма длительный, что очень важно, ведь реальная стоимость единицы оборудования включает не только начальные вложения.

Что касается конкурентов, да, на российском рынке их довольно много. Большинство из них в своё время при разработке собственных решений отталкивалось от модельного ряда ARNEG. Рынок предлагает и очень дешёвое оборудование, но известно: «the less you pay the less you get» – «чем меньше платишь, тем меньше получаешь»!

– **Через 10 лет после начала производства оборудования ARNEG в Наро-Фоминске в стране начал работу**

промышленный филиал российского «Арнега» в Новосибирске. Почему важна такая необходимость?

– Новосибирский завод – ещё один пример дальновидения нашего руководства, его стремления быть ближе к заказчикам в условиях глобализации. Второй российский завод начали строить в 2014 году, а уже в конце 2015-го он выпустил первую продукцию. Необходимость открытия завода в Новосибирске обусловлена развитием сетевой торговли в Сибирском и Дальневосточном регионах, близостью рынков стран Средней Азии. Очевидно, что с точки зрения логистики это оптимальное решение, поскольку Подмоскovie очень далеко от Сибири. Сибирским заказчикам удобно иметь завод на этой территории. В настоящее время его площадь составляет порядка 14 тыс. кв. м, а модельный ряд выпускаемого оборудования непрерывно расширяется.

– Индустрия холода активно использует инновационные процессы, характерные в наши дни для всех сфер производства: постоянно появляются новые технологии и усовершенствования. Как концерн ARNEG участвует в этом процессе? А какой вклад вносит в него непосредственно «Арнег», ведь у вас на предприятии тоже имеется испытательная камера?

– Несомненный двигатель инноваций в ARNEG – научно-испытательный центр при головном предприятии концерна в Италии, который разрабатывает, тестирует, запускает в серию новые модели оборудования. Он занимает площадь в 1500 кв. м и располагает шестью климатическими камерами, оснащёнными всем необходимым для проведения испытаний оборудованием.

Рабочая документация на испытанное и запущенное в серию оборудование затем передаётся на производственные площадки в разных странах, в Россию в том числе. Это очень важное конкурентное преимущество, позволяющее экономить время, исключая ошибки при проектировании и

производстве. Делается всё для того, чтобы дать полные гарантии заказчикам!

Компания «Арнег», как вы отметили, тоже имеет свою испытательную лабораторию, оснащённую сертифицированным оборудованием. Её задача – обеспечить соответствие характеристик холодильного оборудования техзаданиям заказчиков, а также выполнять тестирование новых моделей в целях обеспечения нужных параметров и малого энергопотребления.

– Сегодня особое внимание уделяется дизайну продукции. Кто разрабатывает его для «Арнега»? Какие тенденции в дизайне в вашей сфере сейчас актуальны?

– Основная линейка оборудования – модели, разработанные и запущенные в серию в Италии в результате сотрудничества инженеров и дизайнеров головного предприятия, сочетающих в моделях требования заказчиков и новые технологии. Для разработки новых моделей могут привлекаться и профессиональные дизайнеры. Текущие тенденции – прямоугольные формы, чёткие и простые линии, что обозначилось ещё девять лет назад на выставке Euroshop. Вполне вероятно, что в ближайшие годы маятник качнётся в обратную сторону – к закруглённым формам, как это бывает в автомобилестроении.

– Кто ваши партнёры и клиенты?

– Мы работаем как через дилерскую сеть, так и напрямую с региональными и федеральными заказчиками.

– Какова география поставок оборудования «Арнег»? Ограничивается ли она пределами РФ?

– География поставок нашего оборудования не ограничивается территорией РФ. Его также приобретают заказчики из сопредельных государств: Белоруссии, Молдовы, Узбекистана, Кыргызстана, Таджикистана, Армении.

– Конечно, все вышеописанные достижения были бы невозможны без специалистов высокой квалификации, трудящихся на предприятии! Сколько сотрудников у вас работает, какой специализации и квалификации?

– На наших российских предприятиях ARNEG работает более 300 человек, среди них много высококлассных специалистов, досконально знающих своё дело и делающих его с душой. «Арнег» дорожит своими сотрудниками, поскольку заводы и оборудование сами по себе, без людской составляющей, мало что значат.

– Как повлиял на работу компании текущий коронакризис? Пришлось ли принимать какие-то антикризисные меры?



– Конечно, коронакризис сказался и на нас, мы оперативно реагировали на ситуацию и работали в соответствии со всеми требованиями по безопасности персонала. Но наши объёмы остались стабильными, несмотря на трудности. В то же время мы продолжали инвестировать в развитие производства, готовясь, так сказать, к постковидной эпохе.

– Вальтер, вы вот уже более 16 лет живёте и работаете в России. Как вы решились на такие крутые перемены в жизни и жалели ли об этом когда-нибудь? Как вообще живётся и работаете итальянцу в России? Какой самый положительный момент и самую большую трудность вы бы отметили?

– Мне всегда нравилось путешествовать и знакомиться с другими культурами. Я считаю, что опыт работы за пределами своей страны очень полезен и конструктивен как для человека, так и для профессии. Россия и русский народ всегда принимали меня дружелюбно, и переехать сюда было довольно легко. Я ни разу не пожалел об этом, наоборот, считаю это большим плюсом. Когда едешь в другую страну, нужно стараться думать так, как думают в ней, и всё становится очень простым. Самая большая трудность – когда ты полагаешься, что ты один, а самый позитивный момент – когда понимаешь, что это не так!

– Каковы планы компании «Арнег» на наступивший год? А в более отдалённой перспективе?

– После неровного прошлого года рынок ретейла, похоже, растёт и у нас много работы, хотя пока сложно предсказать, на какие объёмы можно рассчитывать. Что касается отдалённых перспектив – рынок ретейла в целом, а в России тем более, характеризуется своей непредсказуемостью, и если бы получилось сделать прогноз хотя бы на полгода, это уже здорово бы помогло! Но в любом случае нужно действовать очень быстро, решительно и адаптироваться к меняющимся условиям.

Беседовала Елена Александрова



A refrigerator is undoubtedly one of the most important inventions of the mankind, which helps to defeat hunger on the planet just as much as advanced agricultural technologies. Since 1850, when John Gorey, an American doctor, for the first time demonstrated the process of production of artificial ice in a machine he invented, refrigerators have been constantly improved, and today the huge Industry of Cold comprises different types of refrigeration devices. We asked Mr. Walter Lazzarin, General Director of Arneg Russia about the latest tendencies of the fascinating world of refrigeration and much more.



THE ARNEG GROUP RUSSIAN SUBSIDIARY:

TRADITION, RELIABILITY, INNOVATION

– Mr. Lazzarin, you have been General Director of Arneg LLC since the ARNEG Group established the company for the production of refrigerated cabinets in Noginsk in 2004. More than 16 years on the market is a considerable period worthy of respect, but the parent company is 40 years older and was a pioneer in shaping standards of the industry in the field of commercial refrigeration since the 1960s.

It was founded in a small Italian village called Marsango, not far from Padua and Venice – in the minds of Russians these places are associated with architectural and artistic masterpieces, rather than with modern industries. What is the story of the parent company. What is the ARNEG group like today?

– Indeed, the Veneto region, where Venice and Padua are located, has many internationally renowned masterpieces of art and architecture. The historical heritage is treated with great reverence and respect in Italy. But Veneto is also known as the region

with long entrepreneurial tradition and, if I may say so, masterpieces of industrial technology. The region is home to many companies now known far beyond Italy.

ARNEG is one of them. The parent company of the Group was established in 1963 to manufacture refrigeration cabinets for supermarkets and today it counts 21 factories, 12 trading and service companies and 6 representative offices throughout the world.

Two production facilities are located in the Russian Federation.

– ARNEG equipment first appeared on the Russian market in 1994 and was actively distributed through the dealer network. Why was it decided to set up production in Russia? And why was the plot near Naro-Fominsk selected to locate the plant? How was the plant designed and built? What were the most memorable moments?

– At the beginning of the 1990s, the production of commercial equipment in Russia was extremely underdeveloped and the volume of import was extremely high. The management of the group was well aware of the potential of the Russian market and foresaw the rapid appearance of local manufacturers, so it decided to invest in production of the commercial equipment in Russia. At first, the plant was located in the rented premises in Noginsk, but this was definitely a temporary solution. In 2007, the construction of the plant began on an acquired 16-hectare site in Naro-Fominsk. The location was chosen basing

on a number of important factors: proximity to the capital, convenient location in the vicinity of Vnukovo airport and the Kievskoe Highway, and the entire assistance of the local authorities. I also remember that the symbolic laying of the foundation stone took place in tough weather conditions, with severe frost and wind, but it all's paid off a hundredfold!

The plant was inaugurated in November 2009.

– What does Arneg look like today: what is its area, production capacity, annual turnover, model and category range of production?

– The area of the factory in Naro-Fominsk is 30 thousand sq. m. and it is capable of manufacturing up to 20 thousand units per year. The turnover in 2020 was around RUB3 billion. Our flagship category is cooling and freezing equipment for the commercial sector, but we also developed and have long and successfully been manufacturing checkout counters, isothermal doors for cells and warehouses, multicompressor and condensing units, as well as shelving equipment. The product range is continually being expanded, as this is the only way to remain competitive in the continuously developing market.

– What makes Arneg equipment stand out from the competitors? Do you have many competitors on the Russian market?

– Our equipment is known for its reliability; it guarantees the required storage



temperatures (which is the most important indicator) and has an innovative design.

The service life of our equipment is very long if it is maintained properly, and this is very important, because the real cost of a unit of equipment does not mean only the initial investment.

As for the competitors, yes, there are quite a lot of them on the Russian market.

Most of them at one time developed their own solutions basing on the ARNEG product range. The market also offers very inexpensive equipment, but you know: "the less you pay the less you get!"

- Ten years after ARNEG began to produce equipment in Naro-Fominsk, the industrial branch of ARNEG in Novosibirsk started to operate in Russia as well. Why was it needed?

- The Novosibirsk plant is another example of the astuteness of our Management, its desire to be closer to customers in the context of globalization. Construction of the second Russian plant began in 2014, and by the end of 2015 it already produced its first cabinets. The need to open a plant in Novosibirsk was conditioned by the development of retailers in the Siberian and Far Eastern regions and by the proximity of markets in Central Asia.

Obviously, in terms of logistics, this is an optimal solution, as the Moscow region is very far from Siberia. It is convenient for Siberian customers to have a plant on their territory.

At present, its area is about 14.000 square meters, and the range of equipment being manufactured is continuously expanding.

- The refrigeration industry makes extensive use of the innovation processes typical of all areas of production nowadays: new technologies and improvements emerge non-stop. How is ARNEG involved in this process? What does Arneg itself contribute to this; you also have a test room in your company?

- The undoubted driver of innovation in ARNEG is the R&D center at the group's headquarters in Italy, which develops, tests



and industrializes new models. It covers an area of 1.500 square meters and has climatic rooms with all the equipment required for testing.

The detailed documentation of the equipment tested and put into mass production is then transferred to production sites of the group in different countries, Russia amongst others. This is an important time-saving competitive advantage, that allows to save time, excluding design and production errors. Everything is done to give full guarantees to the customers!

As you mentioned, Arneg Russia also has its own test room with certified equipment. Its goal is to ensure that the performance of the refrigeration equipment meets the specifications of customers, as well as to test new products to ensure the right parameters and low energy consumption.

- Special attention is paid nowadays to design of the products. Who develops it for Arneg? What trends in design are topical in this field right now?

- The main line of equipment are the models developed and put into mass production in Italy as a result of cooperation between engineers and designers from the parent company, that unites in the models both customer requirements and new technologies.

Professional designers can also be involved in the development of new models. The current trends are rectangular, clean and simple lines, as emerged nine years ago at the EuroShop exhibition. In the next few years, the pendulum is likely to swing in the opposite direction, towards rounded shapes, as it sometimes happens in the car industry.

- Who are your partners and customers?

- We work both through the dealer network and directly with regional and federal customers.

- In which areas Arneg equipment is supplied? Is it limited to the Russian Federation?

- We supply our equipment not only within the borders of the Russian Federation. It is also purchased by customers in neighboring states: Belarus, Moldova, Uzbekistan, Kyrgyzstan, Tajikistan and Armenia.

- Of course, all the above achievements would not be possible without qualified specialists employed by the company! How many staff members do you employ, what are their specialization and qualifications?

- More than 300 people work at the Russian ARNEG enterprises, many of them are highly qualified specialists who know their job thoroughly and do it with passion.

ARNEG values its employees, because plants and equipment as such, without the human component, have little value.

- How has the current corona crisis affected the company? Have you had to take any anti-crisis measures?

- Of course, the corona crisis has had an impact on us as well, we've responded to the situation promptly and worked in accordance with all the requirements for the safety of our staff. However, we maintained stable volumes despite the difficulties. At the same time, we continued to invest in the development of production, preparing, so to speak, for the post-crisis era.

- Mr. Lazzarin, you have been living and working in Russia for more than 16 years. Why have you made such a drastic change in your life, have you ever regretted it?



- How do Italians live and work in Russia in general? What would you say is the most positive thing and the hardest challenge you have faced?

- I have always enjoyed travelling and discovering other cultures. I think that the experience of working outside my own country is very useful and constructive for me both as a person and as a professional.

Russia and the Russian people have always welcomed me in a friendly way, and moving here was quite easy. I have never regretted it. On the contrary, I consider it a big advantage.

When you go to another country, you have to try to think the way people think there, and everything becomes very simple. The biggest challenge is when you assume, you're alone, and the most positive moment is when you realize that you're not!

- What are the plans for Arneg for the current year? And in the longer term?

- After the uneven past year, the retail market seems to be expanding and we have a lot of work to do, although it is still difficult to predict what volumes we can expect. As for the long-term outlook, the retail market in general, and even more so in Russia, is characterized by its unpredictability, and if we were able to make a forecast even for six months, it would already be of great help! But in any case, you need to act very quickly, resolutely and adapt to the changing conditions.

Interview by Elena Alexandrova



Московский завод «ФИЗПРИБОР»:

уникальный опыт и передовые технологии в автоматизации



www.fizpribor.ru
**МОСКОВСКИЙ ЗАВОД
ФИЗПРИБОР**

Цифровизация как глобальная политика российского государства и её составляющие (цифровая экономика и цифровая трансформация) значительно влияют на все сферы нашей жизни. Большое влияние цифровизации заметно также на объектах энергетики, добычи и переработки нефти и газа, на предприятиях со сложными и опасными технологическими процессами. О том, какой вклад московский завод «ФИЗПРИБОР», разрабатывающий и изготавливающий автоматизированные системы управления технологическими и производственными процессами, вносит в реализацию государственных планов цифровизации, мы расспросили заместителя генерального директора по развитию производства ООО «Московский завод «ФИЗПРИБОР» Романа Набокова.

– Роман Николаевич, в следующем году вашему предприятию исполнится 80 лет. Расскажите историю завода. Как трансформировалось направление его деятельности с течением времени?

– Со времени своего создания в 1942 году завод занимался разработкой и изготовлением приборов контроля и средств измерения, в 60-80-е годы выполнял заказы, связанные с созданием систем жизнеобеспечения космических кораблей «Союз», «Буран», орбитальной станции «Мир», а также морских буровых установок.

С 1984 года предприятие уверенно прошло путь разработки и изготовления: от источников питания и логических блоков управления, основанных на «жёсткой» логике, до высокоскоростных модулей ввода/вывода, построенных на микроконтроллерах, с активной и пассивной диагностикой, и высокопроизводительных процессорных модулей архитектуры PowerPC, Intel Atom, а также на процессорах ARM отечественного производства.

Сегодня наше предприятие является разработчиком и изготовителем аппаратно-программных средств промышленной автоматизации, обладает необходимыми лицензиями и сертификатами для работы на объектах критической информационной инфраструктуры Российской Федерации и зарубежья (АЭС, ТЭС и др.), в том числе в соответствии с Федеральным законом от 26.07.2018 г. № 187-ФЗ «О безопасности

критической информационной инфраструктуры Российской Федерации».

Московский завод «ФИЗПРИБОР» является лицензированным Ростехнадзором России и сертифицированным по ISO 9001:2015 разработчиком и изготовителем решений автоматизированных систем управления технологическими и производственными процессами (АСУ ТП, АСУ ПП) для предприятий гражданской промышленности.

Завод производит контроллеры низовой автоматики, работающие на традиционной «жёсткой» логике в современном исполнении, аппаратно-программные логические контроллеры, комплексы распределённых систем управления и системы противоаварийной защиты с высокими характеристиками надёжности и безопасности.

Применение перспективных технологий в сочетании с использованием нового современного оборудования и элементной базы, в том числе высокопроизводительных микропроцессорных средств, позволило достигнуть значительных успехов и занять устойчивые позиции среди разработчиков и производителей АСУ ТП.

– Последние десятилетия в автоматизации наметился устойчивый тренд на применение исключительно цифровых систем управления. Какими преимуществами они обладают?



– Конечно, они обладают преимуществами перед традиционными непрограммируемыми «жесткими» системами. С их внедрением система управления становится меньше по количеству оборудования и приобретает большую гибкость, возможность быстрой перенастройки, а также лучшую информативность.

Современные автоматизированные системы управления технологическими процессами (АСУ ТП) для обеспечения достаточного уровня цифровизации включают в свой состав большое количество IT-оборудования, работающего по стандартным протоколам обмена данными. Такое построение систем управления позволяет службам эксплуатации получать максимально информативные и гибкие комплексы, гарантирует повышение удобства управления и возможность строить легко масштабируемые системы.

– А есть ли у них недостатки?

– Несмотря на несомненные плюсы цифровых АСУ ТП, они имеют один, но существенный недостаток – возможность получения несанкционированного доступа к ним и, как следствие, возможность перехвата управления.

– Какой вклад вносит ваше предприятие в цифровизацию российской экономики? Как вы помогаете минимизировать названный недостаток?

– Московский завод «ФИЗПРИБОР» – разработчик и изготовитель автоматизированных систем управления технологическими и производственными процессами для объектов, отнесенных к категории критической инфраструктуры. За многие годы работы отделом главного конструктора нашего предприятия были разработаны и поставлены на производство комплексы технических средств для построения АСУ ТП различной сложности. Именно этот уникальный опыт позволил в максимально сжатые сроки разработать и запустить в производство инновационный комплекс технических средств непрограммируемой «жесткой» логики (КТС НПЛ), предназначенный для решения вопросов киберзащиты при построении АСУ ТП критически важных объектов.

Перед нашими разработчиками стояла сложная задача: создать продукт, обладающий всеми преимуществами цифровых систем, но при этом лишенный их основного недостатка. И нам это удалось! Создан уникальный комплекс технических средств непрограммируемой логики (КТС НПЛ), удовлетворяющий всем требованиям сегодняшнего дня.

– Каковы отличительные особенности нового комплекса?

– Среди них – высокая киберзащитенность за счёт разделения информацион-

ной и управляющей функций на уровне «железа». Характерно также уменьшение количества оборудования на объекте посредством применения современной элементной базы. Наш комплекс обеспечивает гибкость в настройке системы за счёт применения уникальных сервисных средств собственной разработки, а также информативность благодаря глубокой диагностике технических средств и наличию распределённой сетевой подсистемы.

На базе КТС НПЛ строятся системы управления технологической безопасностью и дополнительные (диверсные) системы защиты для управления критичным оборудованием и технологическим процессом.

– Уже есть примеры успешного внедрения и работы подобных систем вашей разработки?

– Такие системы уже внедрены и успешно эксплуатируются в ряде объектов энергетики. Несомненные преимущества систем, построенных на КТС НПЛ, были по достоинству оценены заказчиками, благодаря чему количество заказов на них постоянно растёт.

Особенно хочется отметить, что все составные части комплекса, такие как функциональные модули, модули ввода/вывода, процессорные модули, источники питания, коммуникационные модули и т. д., разработаны и изготавливаются на нашем предприятии.



– Что представляет собой ООО «Московский завод «ФИЗПРИБОР» сегодня?

– Наше предприятие обладает собственной современной производственной площадкой, расположенной в Московской области и включающей в себя основные производственные участки. Среди них:

- участок поверхностного монтажа (сборка и тестирование электронных модулей);
- участок сборки систем (сборка и тестирование шкафов управления);
- слесарно-механический участок (металлообработка);
- испытательный центр (проведение испытаний на климатику, электромагнитную совместимость, вибрацию, удары и сейсмические воздействия).

– Разработка столь сложных супер-современных систем, конечно, требует очень квалифицированных кадров?

– Именно наличие квалифицированного персонала (разработчиков, конструкторов, программистов, технологов, работников производства) позволяет нам успешно решать задачи по разработке и изготовлению электронных модулей и систем управления любой степени сложности в минимальные сроки и с высочайшим качеством.

– Каковы планы предприятия на 2021 год? Есть ли задумки на следующий год, юбилейный для завода? А на отдалённую перспективу?

– Планов у нас, как всегда, много. На разных стадиях разработки два новых продукта, мы планируем расширение производственных мощностей и освоение новых технологий. И всё это перспектива ближайших двух-трёх лет. Более подробно рассказать об этом пока не могу, но по мере реализации проектов мы будем их освещать подробнее.

Подготовила Елена Александрова



Moscow FIZPRIBOR plant: unique experience, advanced technologies

Digitalization is a global policy of the Russian state, and its constituents – the digital economy and digital transformation – have a significant impact on all areas of our lives. The great impact of digitalization can be seen, among other things, at energy facilities, oil and gas production and processing enterprises, and at those with complex and hazardous technological processes. We asked Roman Nabokov, Deputy General Director for Production Development at Moscow FIZPRIBOR, how FIZPRIBOR, which designs and manufactures automated control systems for technological and production processes, contributes to the implementation of the national digitalization plans.

– Mr. Nabokov, next year your company will celebrate its 80th anniversary. Tell us about the history of the plant. How has its activity been transformed over time?

– Since its foundation in 1942 the plant has been engaged in development and production of control and measuring devices. In the 60-80's it fulfilled the orders, related to creation of life support systems for such spaceships as “Soyuz”, “Buran”, orbital station “Mir”, as well as offshore drilling rigs.

Since 1984, the company has steadily covered the way from power supplies and logic control units based on “unconditional” logic to high-speed input/output modules based on microcontrollers with active and passive diagnostics, and high-performance processor modules of PowerPC architecture,

Intel Atom, as well as on ARM processors made in Russia.

Today, our company is a developer and manufacturer of hardware and software tools for industrial automation; it has the necessary licenses and certificates to work on critical information infrastructure facilities of the Russian Federation and abroad (NPPs, TPPs, etc.), including in accordance with Federal Law No. 187-FZ of 26.07.2018 “On security of critical information infrastructure of the Russian Federation”.

The Moscow FIZPRIBOR plant is an ISO 9001:2015-licensed developer and manufacturer of solutions for automated control systems for technological and production processes (ACS TP, ACS PP) for civilian industry enterprises.



The plant manufactures downstream automation controllers based on traditional “unconditional” logic in a modern design, hardware and software logic controllers, distributed management system complexes and emergency protection systems with high reliability and safety.

Application of advanced technologies in combination with new modern equipment and element base (including high-performance microprocessor means) allowed to achieve significant success and to gain stable positions among the developers and manufacturers of APCs.

– The tendency in automation has been shifting towards purely digital control systems in recent decades. What advantages do they offer?

– Of course, they have advantages over traditional non-programmable “rigid-type” systems. They reduce the number of devices in the control system and make it more flexible, quicker to configure and more informative.



Modern automated process control systems (APCS), in order to provide sufficient digitalization, incorporate a large amount of IT equipment using standard communication protocols. Such a design of control systems provides operations department with the most informative and flexible systems, ensures improved control usability and enables the construction of highly scalable systems.

- What are the disadvantages?

- Despite the undoubted advantages of digital control systems, they have one significant disadvantage – the possibility of unauthorized access to them and, as a consequence, the possibility of control interception.

- How does your company contribute to the digitalization of the Russian economy? And what do you do to minimize the mentioned disadvantage?

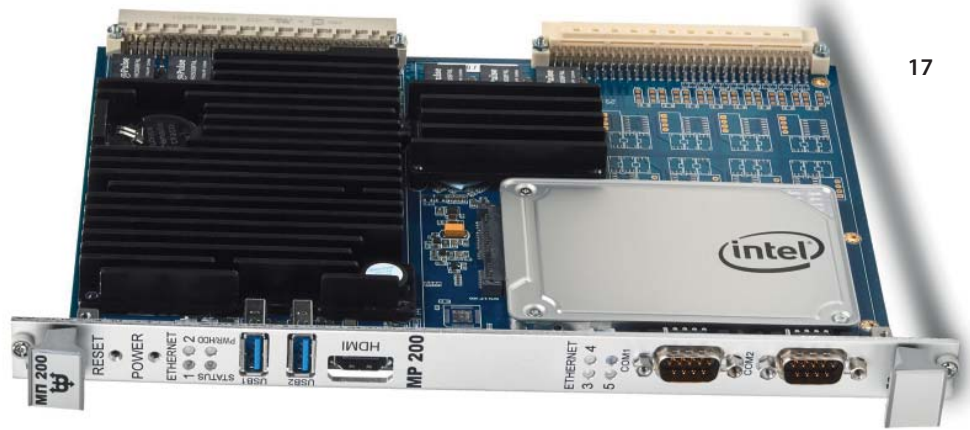
- The Moscow FIZPRIBOR plant is a developer and manufacturer of automated systems for controlling technological and production processes at facilities classified as critical infrastructure. Over many years of work, the chief designer department of our company has developed and put into production complexes of hardware for building automated process control systems of various complexity. This unique experience made it possible to develop and put into production an innovative set of hardware of non-programmable “unconditional” logic (NPL CTS) intended for solving the issues of cyber security when building APCs for critical facilities in the shortest time possible.

Our developers faced a difficult task: to create a product that has all the advantages of digital systems, but deprived of their main disadvantage. And we succeeded! A unique set of non-programmable logic hardware (NPL CTS), which meets all the requirements of today, has been created.

- What are the distinguishing features of the new complex?

- Among them, high cyber security due to the separation of information and control functions at the hardware level. It is also characterized by the reduction of the amount of equipment at the site due to the use of modern element base. Our system provides the flexibility to configure the system through the use of unique in-house development service tools, and informativeness through in-depth diagnostics of technical facilities and the availability of a distributed grid subsystem.

Process safety control systems and additional (diversionary) protection systems for managing critical equipment and the process are constructed on the basis of the NPL CTS.



- Do you already have examples of successful implementation and operation of such systems designed by you?

- Such systems have already been implemented and are operating successfully at number of power generation facilities. The undoubted advantages of systems based on the NPL CTS have been appreciated by customers and, as a result, there is a growing number of orders for them.

It should be noted that all component parts of the complex, such as functional modules, input-output modules, processor modules, power supplies, communication modules, etc. are developed and manufactured by our company.

- What is Moscow FIZPRIBOR plant like today?

- Our company has its own, modern production site located in the Moscow region including the following main production sites. Among them:

- surface-mount manufacturing area – assembly and testing of electronic modules;
- assembly of systems area – assembly and testing of control cabinets;
- mechanical fitter's shop – metal processing;
- R&D center – climatic, electromagnetic compatibility, vibration, shock and seismic trials.

- The development of such complex, advanced systems certainly requires a very skilled labor pool, doesn't it?

- It is the qualified personnel (developers, designers, programmers, technologists, production staff) who allow us to successfully meet the challenges of developing and manufacturing of electronic modules and control systems of any complexity in the shortest time possible and with the highest quality.

- What are the plans of the enterprise for 2021? Are there any plans for the next year – the jubilee year for the plant? And for the distant future?

- We have, as always, many plans. We have two new products at various stages of development, we plan to expand production capacities and master new technologies. All this is the perspective of the next two or three years. I can't say more detail about this yet, but we will cover it as the projects progress.





– Любовь Вадимовна, как на предприятии «Октава» построены маркетинговая стратегия и тактика?

– Активизация маркетинговых функций была начата с обновления бренда, упаковки, разработки новых продуктовых линеек и участия в профильных выставках. Создан официальный интернет-магазин: <https://oktavatula.com/>.

Несмотря на коронакризис, экспорт студийных микрофонов «Октава» в 2020 году вырос более чем в два раза, составив 76 млн 195 тыс. рублей.

До 2019-го поставки в Европу были организованы через немецкого партнёра «Октава ГМБХ». С 2019 года начались поставки в Америку, Китай, Израиль, Грецию. В 2020-м заключены контракты с партнёрами в Великобритании, Турции, Сербии, Белоруссии, Латвии, Эквадоре, Южной Корее и на Филиппинах.

Новые модели микрофонов, гарнитур и переговорных устройств мы демонстрируем на международных специализированных выставках, салонах и форумах. О нашей продукции пишут в изданиях США и Европы, начиная с The New York Times.

Качество, цена и соответствие ожиданиям формируют доверие к бренду, и с микрофонами «Октава» работают иностранные знаменитости, одно перечисление которых займёт не один абзац.

– Сегодня «Октава» производит более 150 наименований продукции. Расскажите о своём ассортименте.

– Чтобы оставаться самым значимым российским экспортёром высокотехнологичной и конкурентной электроакустики, завод постоянно расширяет её линейку. За последние два года «Октава» разработала восемь новых продуктов, вышла на рынок банковской биометрии, адаптировала продукт для работы «удалённого офиса»

«Октава»:

КАЧЕСТВО, ПОДТВЕРЖДЁННОЕ СТОЛЕТНЕЙ ИСТОРИЕЙ

Мастерская по изготовлению радиодеталей, открытая в 1927 году, выросла в завод с мировой славой. Продукция «Октавы» звучала на Красной площади и ВДНХ, в советских павильонах Всемирных выставок. В годы Великой Отечественной войны предприятие снабжало фронт и тыл средствами связи, громкоговорителями. Через них по стране разносился голос Левитана. Продукцией «Октавы» оснащён телецентр в Останкино. Да что говорить: именно в микрофон «Октава» Юрий Гагарин сказал знаменитое «Поехали!». А Владимиру Высоцкому «Песню микрофона», скорее всего, навеяло знакомство с изделием тульского завода...

О сегодняшнем дне знаменитого предприятия, ныне входящего в Госкорпорацию «Ростех», нам рассказала директор по маркетингу, член совета директоров завода «Октава» Любовь Стальнова.

и дистанционного обучения. Также мы заняли нишу в производстве концертных микрофонов, представив профессиональный вокальный динамический микрофон МД-305 на The NAMM Show в Калифорнии в 2020 году и профессиональный конденсаторный сценический МК-207 в 2021-м.

– Какова география поставок «Октавы»?

– В России с «Октавой» работают крупнейшие сети по продаже музыкальной аппаратуры: «Музторг», «Глобальные системы», «ВИСмедиа», «Свет и Музыка» (Asia Music), Dr. Head. Большинство звукозаписывающих студий страны оснащено нашими микрофонами. С 2020 года их можно приобрести в маркетплейсах («Яндекс.Маркет», AliExpress и др.).

В 2020 году завод заключил контракты с обширной сетью музыкальных магазинов Сербии Player Project, с крупнейшим музыкальным дистрибьютором в мире – британской сетью Andertons, вышел на рынок Турции и заключил контракт с сетью Zuhai Müzik, с филиппинским SDR RF Radio Parts & Accessories Shop и другими.

Бренд «Октава» – российский top seller крупнейшего европейского дистрибьютора Thomann в сегменте студийных микрофонов.

«Октава» в 2020 году поставляла микрофоны в школы и церкви Германии. Экспортный контракт заключён на сумму 510 тыс. евро. Идеальным решением для образовательного формата стала самая популярная модель «Октавы» – узкомебранный конденсаторный микрофон МК-012. Подобные контракты возможны благодаря реализации нацпроекта «Международная кооперация и экспорт».

Наши микрофоны востребованы и при реализации российских нацпроектов. Во-первых, «Образование»: у завода есть линейка микрофонов для поддержания образовательного процесса и успешные кейсы по поставкам техники для ведения дистанционно-

го обучения. Микрофоны «Октава» нужны и для оснащения концертных площадок, клубов, ДШИ в рамках нацпроекта «Культура».

– Расскажите об экспортной политике компании.

– «Октава» – это репутация, качество, подтверждённое почти столетней историей. Завод добровольно прошёл сертификацию в рамках проекта Made in Russia. При цене, присущей мидл-сегменту, микрофоны «Октава» собирают вручную, что характерно для штучного товара класса люкс. При этом завод способен исполнять крупные контракты.

Благодаря таким преимуществам и чётко выработанной стратегии в 2020 году объём экспорта составил 37% в структуре общей выручки.

– Каковы планы предприятия?

– В условиях пандемии акцент сделан на цифровом маркетинге, повышении качества площадки <https://oktavatula.com>. Также перед «Октавой» стоят стратегические задачи развития на внутреннем и внешнем рынках, выход в смежные ниши. Предприятие планирует увеличение объёма экспорта за счёт расширения географии и ассортимента.

Мы продолжим разработку новых моделей микрофонов и гарнитур, а также презентуем рынку в этом году современные слуховые аппараты и цифровые переговорные устройства: комплекс диспетчерской дуплексной связи и новый двунаправленный микрофон.

С 2021 года «Октава» сотрудничает с новым партнёром в США. Важно не только поставить товар, но и вести работу по его обслуживанию. Наш опорный партнёр «Октава ГМБХ» организовал крупнейший сервисный центр в Западной Европе по обслуживанию техники «Октавы». Планируется расширение сотрудничества со странами Латинской Америки, Мексикой и Канадой.

Подготовила Елена Александрова

The radio components manufacturing workshop, opened in 1927, has grown into a world-famous factory. The Oktava products were displayed on Red Square, at the All-Russia Exhibition Centre, and in Soviet pavilions at world exhibitions. During World War II the company provided the fighting line and rear with communication means and loudspeakers. Thanks to them Levitan's voice was heard all over the country. The Oktava products equip TV center in Ostankino. Needless to say, it was with Oktava microphone Yuri Gagarin said the famous "Go!" And Vladimir Vysotsky was most likely inspired for the "Song of the microphone" by his acquaintance with the product of the Tula plant... Lyubov Stalnova, the Marketing Director and the Member of the Board of Directors of Oktava, told us about the present day of the famous company, which is now part of the Rostec State Corporation.

Oktava: QUALITY PROVEN BY A CENTURY OF HISTORY

– Ms. Stalnova, what is the marketing strategy and tactics at Oktava?

– The activation of marketing functions started with the brand renewal, packaging, development of new product lines and participation in specialized exhibitions. There was created an official online shop: <https://oktavatula.com/>.

Despite the corona crisis, exports of the Oktava studio microphones have more than doubled in 2020, amounting to 76 million 195 thousand roubles.

Up to 2019, deliveries to Europe were arranged through our German partner Oktava GMBH. In 2019, the company launched supplies to America, China, Israel and Greece. In 2020, contracts were signed with the partners in Great Britain, Turkey, Serbia, Belarus, Latvia, Ecuador, South Korea and the Philippines.

We exhibit our new microphones, headsets and intercom systems at international trade fairs, shows and forums. Our products have been featured in US and European publications, starting with The New York Times.

Quality, price and compliance with the expectations form the credibility of the brand. There are many international celebrities working with Oktava microphones, and it would take more than one paragraph to list them all.

– Today, Oktava produces more than 150 different types of products. Tell us about your product range.

– To remain the most important Russian exporter of high-tech and competitive electroacoustics, the plant is constantly expanding its product range. Over the past two years Oktava has developed eight new products, entered the market of banking biometrics, and adapted the product for "remote office" and distance learning operations. We also entered the niche of concert microphones by launching the MD-305 professional dynamic vocal microphone at The NAMM Show in California in 2020 and the MK-207 professional condenser stage microphone in 2021.

– What is the geography of the Oktava supplies?

– The largest chains selling music equipment in Russia work with Oktava, among them: Muztorg, Global Systems, VISmedia, Light and Music (Asia Music), and Dr. Head. Most recording studios in the country are equipped with our microphones. Since 2020, they can be purchased on marketplaces (Yandex. Market, AliExpress, etc.).

In 2020, the plant signed contracts with the extensive chain of music shops in Serbia – Player Project, as well as with the largest music distributor in the world – the British chain Andertons, entered the Turkish market and signed the contract with the Zuhul Müzik chain, as well as with the Philippine SDR RF Radio Parts & Accessories Shop and others.

The Oktava brand is the Russian top seller of Thomann, Europe's largest distributor in the segment of studio microphones.

Oktava supplied microphones to schools and churches of Germany in 2020. The export contract is for €510 thousand. The most popular Oktava model, the MK-012 Small Diaphragm Condenser mic, was an ideal solution for the educational format. Such contracts are possible thanks to the International Cooperation and Export national project.

Our microphones are also demanded in the implementation of Russian national projects. First of all, of the Education project: the plant has a line of microphones to support the educational process and



successful cases of supplying equipment for distance learning. Oktava microphones are also in demand to equip concert venues, clubs, and children's art schools within the framework of the Culture national project.

– Tell us about the export policy of the company.

– Oktava stands for reputation and quality, confirmed by almost a century of history. The factory has voluntarily undergone certification within the framework of the Made in Russia project. Although the price is inherent to the middle segment, Oktava microphones are hand-assembled, which is typical of a luxury item. At the same time, the factory is able to fulfill large contracts.

Thanks to these advantages and a well-thought-out strategy, exports accounted for 37% of total revenues in 2020.

– What are the plans of the company?

– With the pandemic, the focus has been placed on digital marketing, improving the quality of the site <https://oktavatula.com>. Oktava also faces strategic objectives of development in the domestic and foreign markets and entering into the related niches. The company plans to increase its export volume by expanding its geography and product range.

We will continue to develop new models of microphones and headsets and will present to the market modern hearing aids and digital intercom systems: a duplex dispatching system and a new bidirectional microphone.

Since 2021, Oktava has been working with a new partner from the USA. It is important not only to deliver the product, but also to maintain it. Our backbone partner Oktava GMBH has set up the largest service center in Western Europe for Oktava products. We plan to expand our cooperation with the countries of Latin America, Mexico and Canada.

Prepared by Elena Alexandrova

Во время пандемии коронавируса в стране не останавливались возведение и реконструкция социально значимых объектов. Компания «Таврос», один из лидеров российского рынка по производству товаров для строительства и благоустройства, оказалась в числе тех, кто снабжал стройки необходимыми материалами. О том, как на предприятии оперативно перешли на удалённый режим работы без потерь для клиентов, благодаря чему не было сбоев в службе доставки, и какие новинки в этой сфере уже представлены на рынке, рассказал Антон Суруткин, генеральный директор производственно-коммерческой фирмы «Таврос».



Антон Суруткин: «Привезти заказ без задержек в период ажиотажного спроса — ключевой фактор успеха компании»

– Антон Юрьевич, компания «Таврос» фактически одной из первых в стране перешла на удалённый режим работы. Как удалось организовать процесс во время локдауна?

– Да, мы действительно были одними из первых в России, кто приспособился под новые реалии и оперативно организовал работу компании вне офиса. В первых числах марта были созданы удалённые рабочие места, объединённые единой комплексной автоматизированной системой. Мы подключили необходимые для работы новые сервисы, адаптированные ко всем устройствам сотрудников (ноутбуки, планшеты, телефоны), сохранив при этом всю интеграцию с программным обеспечением как поставщиков, так и наших дилеров.

По роду своей деятельности мы осуществляли поставки на предприятия, которые не прекращали работу во время пандемии. Мы продолжали принимать заказы уже дистанционно и осуществлять доставку продукции конечным покупателям напрямую на строительные площадки и загородные дачные участки. На

наших складах был сформирован достаточный запас металла, позволивший нам обеспечить повышенный спрос в более сжатые сроки.

Работы было в этот период больше, чем обычно. Я и сам работал без выходных, осуществляя общее руководство и координацию деятельности компании из центрального офиса.

Мы осознавали всю важность мер по борьбе с коронавирусной инфекцией, принятых на государственном уровне. Нами был создан штаб по работе с

COVID-19, который осуществлял контроль по обеспечению безопасности как сотрудников компании, так и клиентов в момент нашего взаимодействия с ними.

– С какими трудностями пришлось столкнуться, чтобы доставка работала без сбоев?



– Привезти заказ без задержек в период ажиотажного спроса — ключевой фактор успеха компании. Безусловно, главная нагрузка пришлось на департамент транспортной и складской логистики. Из-за пандемии была ярко выражена неопределённость относительно организации движения в разных регионах. Тем не менее мы работали каждый день, ведь всё, что делаем, мы делаем с любовью для наших клиентов. Стараемся наполнить смыслом не только свою работу, но и жизнь людей, с которыми сотрудничаем. Поэтому мы всегда стремимся понимать истинные потребности клиента и учитывать его интересы в первую очередь.

У всех наших водителей-экспедиторов был необходимый пакет документов и оформленные пропуска для передвижения



СПРАВКА
ЗАВОДЫ И ОФИСЫ
КОМПАНИИ «ТАВРОС»
РАСПОЛОЖЕНЫ В
МОСКОВСКОЙ И
ЛЕНИНГРАДСКОЙ
ОБЛАСТЯХ, САНКТ-
ПЕТЕРБУРГЕ И ДРУГИХ
ГОРОДАХ ЕВРОПЕЙСКОЙ
ЧАСТИ РОССИИ.

в соответствии с распоряжениями и рекомендациями Правительства РФ и региональными властями. Помимо этого, сотрудники имели при себе информационные письма от ритейлеров с запросами обеспечить доставку товаров для строительства социально значимых объектов в стране. Наши персональные менеджеры сопровождали каждую отгрузку во все направления.

В результате слаженной и подготовленной работы удалось избежать срывов и задержек. Поэтому в такое сложное время наш подход послужил драйвером для дальнейшего развития и вывода сервиса на новый качественный уровень. Наши выездные шоурумы для консультации, замеров и подбора материала позволили покупателям знакомиться с образцами различных типов покрытий и цветовых решений прямо у себя на участках.

– Из-за эпидемии бизнес получил настоящую встряску, пережить её и остаться на плаву получилось не у всех. Сказалась ли эпидемия на продажах вашей компании?

– Очевидно, что промышленные товары пользовались меньшим спросом, чем продукты первой необходимости, которые в период «покупательской тревожности» били все рекорды по продажам. Весной прошлого года, во время введённых ограничений и самоизоляции, ведущую роль сыграли крупные строительные гипермаркеты, которые принимали заказы и могли осуществлять доставку дистанционно. Продажи внутри нашей компании через собственный интернет-магазин выросли более чем в два раза. Примечательно, что в этот период покупатели проявляли повышенный интерес к новым для нашей страны видам материалов. Особой популярностью пользовался профнастил с декоративными покрытиями в виде травы, дерева, камня, а также с рельефными текстурами. Стоит отметить, что наши рельефные покрытия и принтек «под траву» являются эксклюзивными в России.

Не все производители способны оценить и оперативно ввести новинки в ассортимент. В бизнесе выигрывает тот, кто первым предопределяет запрос покупателей и предложит им свежие дизайнерские и функциональные решения.

– Какие актуальные новинки вы готовы сегодня предложить своим покупателям?

– Как я уже сказал ранее, это профнастил с эксклюзивным декоративным покрытием. А также три года назад в компании был сделан фокус на набирающий популярность фундамент на винтовых металлических сваях. Интерес потребителей вызван тем, что фундамент на сваях более экономичен по стоимости и прост в монтаже в любое время года. Мы же пошли дальше и предло-



жили рынку решение для разных видов почв. В одном случае это стандартная лопасть для вкручивания, в другом – лопасть с пилообразными зубцами, существенно упрощающая процесс вкручивания при работе с более сложным грунтом. Но ключевая особенность наших свай заключается в технологии их производства: в отличие от продукции других производителей, наши сваи имеют двухуровневую защиту стальной основы, которая включает в себя предварительную зачистку и дальнейшую химическую обработку. Доказательством успешного запуска производства является приглашение телеканалов для участия в телепередачах, посвящённых строительству и ремонту загородных домов. Наш продукт сертифицирован и имеет гарантию эксплуатации до 80 лет.

– Компания «Таврос» чуть больше года назад подтвердила статус ключевого поставщика в федеральные сети строительных материалов. Как удалось заполучить такую оценку?

– Один из крупнейших мировых DIY-ритейлеров «Леруа Мерлен» провёл независимый аудит бизнес-процессов на всей территории основного производственно-складского комплекса компании по 161 пункту.

В ходе аудита были изучены: уровень системы контроля качества входящего сырья и выпуска готовой продукции, эффективность управления производственными циклами, складское оснащение и общий уровень автоматизации. В итоге независимая экспертиза присвоила компании «Таврос» категорию «В» с показателем 93,8% из 100 возможных. На мой вопрос экспертам: «У кого может быть 100 баллов?», я получил ответ: «У заводов «Тойоты» в Японии».



В АССОРТИМЕНТЕ КОМПАНИИ
«ТАВРОС» ПРЕДСТАВЛЕНО
БОЛЕЕ 10 000 НАИМЕНОВАНИЙ.
ОБЪЁМ ПРОИЗВОДСТВА
СОСТАВЛЯЕТ СВЫШЕ
35 000 ТОНН В ГОД.

– А какие требования вы предъявляете к своим дилерам и кто может ими стать?

– Желающих добровольно войти в «клуб» официальных дилеров компании «Таврос» становится всё больше и больше. Интерес вызван тем, что торгующие компании видят растущий уровень развития наших сервисов и непрерывно и гармонично расширяющийся ассортимент. Для нас же каждый новый партнёр – это новый интересный кейс и возможность совместного поиска инновационных решений в бизнесе.

– Речь зашла о новой, более масштабной позиции на рынке, и я не могу не спросить о названии компании.



– «Tavros» («Таврос») по-гречески значит «бык». А он символизирует силу, мощь и также огромную жизненную энергию. В нашей организации параллельно с мировой пандемией произошли глобальные перемены. Мы объединили разрозненные бизнес-единицы в компанию с общей стратегией и системой менеджмента. Штат сотрудников обновился на 70%, в результате чего мы сформировали успешную команду молодых руководителей-единомышленников с большим потенциалом развития. Мы наладили процессы обучения и развития кадров, реализовали ряд проектов по комплексной автоматизации и цифровизации бизнеса, отказались от всех форматов розничной торговли и сосредоточились на производстве и развитии дилерской сети. Сегодня, как никогда прежде, мы нацелены на новые, ранее нам неведанные масштабные горизонты. У нас есть чёткая видимая цель и стратегия её достижения.

During the coronavirus pandemic, the construction and reconstruction of socially significant facilities did not stop in the country. The Tavros company, one of the leaders of the Russian market for the production of goods for construction and landscaping, was among those who supplied the construction sites with the necessary materials. Anton Surutkin, CEO at the production and commercial firm Tavros, told us about how the enterprise quickly switched to a remote mode of operation without losses for customers, thanks to which there were no disruptions in the delivery service, and about new products in this area which are already on the market...



Anton Surutkin:

“Delivering an order without delay during a period of high demand is a key factor in the company’s success”

– Mr. Surutkin, the Tavros company was actually one of the first in the country to switch to a remote mode of operation. How did you manage to organize the process during the lockdown?

– Yes, we were indeed one of the first in Russia who adapted to the new realities and promptly organized the work of the company outside the office. In early March, remote workplaces were created, united by a single integrated automated system. We connected the new services necessary for work, adapted to all employee devices (laptops, tablets, phones), while maintaining all the integration with the software of both suppliers and our dealers.

By the nature of our activity, we carried out supplies to enterprises that did not stop working during a pandemic. We continued to accept orders remotely and deliver products to end customers directly to construction sites and suburban summer cottages. A sufficient stock of metal was formed in our

warehouses, which allowed us to meet the increased demand in a shorter time.

During this period there was more work than usual. I myself worked seven days a week, providing general management and coordination of the company’s activities from the central office.

We realized the importance of measures taken at the state level to combat coronavirus infection. We created a COVID-19 headquarters, which oversaw the safety of both company employees and customers at the time of our interaction with them.

– What difficulties did you have to face in order for the delivery to work without interruptions?



– Delivering an order without delay during a period of high demand is a key factor in the company’s success. Of course, the main burden fell on the department of transport and warehouse logistics. Due to the pandemic, there was a pronounced uncertainty about the organization of the movement in different regions. Nevertheless, we worked every day, because everything that we do, we do with love for our clients. We try to give meaning not only to our work, but also to the lives of the people with whom we cooperate. Therefore, we always strive to understand the true needs of the client and take his interests into account in the first place.

All our drivers-forwarders had the necessary package of documents and issued passes for movement in accordance with the orders and recommendations of the Government of the Russian Federation and regional authorities. In addition, the

REFERENCE

THE FACTORIES AND OFFICES OF TAVROS ARE LOCATED IN THE MOSCOW AND LENINGRAD REGIONS, ST. PETERSBURG AND OTHER CITIES OF THE EUROPEAN PART OF RUSSIA.



employees carried information letters from retailers with requests to ensure the delivery of goods for the construction of socially significant facilities in the country. Our personal managers accompanied each shipment in all directions.

As a result of well-coordinated and prepared work, it was possible to avoid disruptions and delays. Therefore, in such a difficult time, our approach served as a driver for further development and bringing the service to a new quality level. Our onsite showrooms for consultation, measurements and material selection allowed buyers to get acquainted with samples of various types of coatings and color solutions right at their sites.

– Because of the epidemic, the business received a real shake-up, not everyone managed to survive it and stay afloat. Has the epidemic affected your company's sales?

– Obviously, manufactured goods were in less demand than essential products, which broke all sales records during the period of “consumer anxiety”. In the spring of last year, during the imposed restrictions and self-isolation, the leading role was played by large construction hypermarkets, which took orders and could deliver remotely. Sales within our company through our own online store have more than doubled. It is noteworthy that during this period buyers showed an increased interest in new types of materials for our country. The most popular was the corrugated board with decorative coatings in the form of grass, wood, stone, as well as with embossed textures. It should be noted that our embossed coatings and grass-like prints are exclusive in Russia.

Not all manufacturers are able to evaluate and promptly introduce new items into the assortment. In business, the winner is the one who is the first to predetermine the customer's request and offer them fresh design and functional solutions.

– What novelties are you ready to offer your customers today?

– As I said earlier, this is a corrugated board with an exclusive decorative coating. Also, three years ago, the company focused on the increasingly popular foundations on screw metal piles. The interest of consumers is due to the fact that the foundation on piles is more beneficial in terms of cost and easy to install at any time of the year. We went further and offered the market a solution for different types of soils. In one case it is a standard screw-in blade, in the other it is a blade with sawtooth teeth, which greatly simplifies the screw-in process when working with more difficult soil. But the key feature of our piles is their production technology: unlike products from other manufacturers, our piles have a two-level protection of the steel base, which includes preliminary cleaning and further chemical treatment. Proof of the successful



launch of production is the invitation of TV channels to participate in TV programs dedicated to the construction and repair of country houses. Our product is certified and has a warranty of up to 80 years.

– A little over a year ago, Tavros confirmed its status as a key supplier to the federal networks of building materials. How did you get this mark?

– One of the world's largest DIY retailers, Leroy Merlin, conducted an independent audit of business processes throughout the main production and warehouse complex of the company at 161 metrics.

During the audit, the level of the quality control system for incoming raw materials and finished products, the effectiveness of managing production cycles, warehouse equipment and the general level of automation were studied. As a result, an independent examination assigned the Tavros category “B” category with an indicator of 93.8% out of 100% possible. To my question to the experts: “Who can have 100 points?”, I received the answer: “The Toyota factories in Japan.”

– What are your requirements for your dealers and who can your partner?



– There are more and more people willing to voluntarily enter the “club” of official

THE ASSORTMENT OF
TAVROS INCLUDES MORE
THAN 10,000 ITEMS.
THE PRODUCTION
VOLUME IS OVER 35,000
TONS PER YEAR.

dealers of Tavros. The interest is due to the fact that trading companies see a growing level of development of our services and a continuously and harmoniously expanding assortment. For us, each new partner is a new interesting case and the opportunity to jointly search for innovative solutions in business.

– We are talking about a new, larger-scale position in the market, and I cannot help but ask about the name of the company.



– “Tavros” in Greek means “bull”. And it symbolizes strength, power and also enormous vital energy. In our organization, in parallel with the global pandemic, global changes have taken place. We have combined disparate business units into a company with a common strategy and management system. The staff was updated by 70%, as a result of which we have formed a successful team of young like-minded leaders with great development potential. We have established training and personnel development processes, implemented a number of projects for integrated automation and digitalization of business, abandoned all retail formats and focused on the production and development of a dealer network. Today, as never before, we are aiming at new, previously unknown large-scale horizons, we have a clearly visible goal and a strategy for achieving it.

Вугар Раджабов:

«Стандарты по сертификации продукции содержат лишь общую информацию, наша задача – адаптировать требования к конкретному предприятию»



В стране давно объявлен «бой» недобросовестным производителям. Защищать рынок от некачественных продуктов питания, одежды, лекарств и детских игрушек помогает сертификация, которая подтверждает, что изделия соответствуют заданным стандартам, техническим регламентам или ГОСТам. О том, почему это дело можно считать общественно значимым и какие изменения в законодательстве произошли в данной сфере, рассказывает Вугар Раджабов, основатель группы компаний «СОЮЗСЕРТИФИКАЦИЯ».

– Вугар Росимович, сегодня вы владелец группы компаний «СОЮЗСЕРТИФИКАЦИЯ», лидирующей в сфере сертификации товаров и услуг. Почему вы выбрали такое сложное направление?

– Сначала я организовал юридическую компанию, оказывая сопровождение в сделках с недвижимостью. Но мне всегда хотелось заниматься общественно значимым делом и при этом связать свою деятельность с рынком B2B. Тогда я и узнал, что существует рынок сертификации продукции. Изучив законодательство по этой теме, некоторые тонкости и юридические моменты (а разобраться во всех аспектах мне помогло моё образование), я понял – это то, чем хочу заниматься.

Сегодня я уверен: ограничивая попадание на рынок некачественной продукции, мы приносим огромную пользу обществу. И это стало делом всей моей жизни!

– Какие разрешительные документы, декларации или сертификаты помогают получить ваша группа компаний?

– В нашем центре можно пройти любую сертификацию и испытания для подтверждения соответствия продукции необходимым требованиям. Все ресурсы для этого у нас есть: на сегодняшний день ГК «СОЮЗСЕРТИФИКАЦИЯ» объединяет восемь лабораторий и семь органов по сертификации.

Наша гордость – собственный штат экспертов и аудиторов по разработке и внедрению на предприятиях СМК – международных стандартов и систем менеджмента качества и безопасности. Это такой стиль управления предприятием, при котором руководители и инженерно-технические работники стремятся к улучшению качества продукции. Требования к СМК изложены в международном стандарте.

– Какие товары подлежат обязательной сертификации, кто может пройти эту процедуру добровольно? Какие изменения произошли в законодательстве в этой сфере за последние годы?

– Любая компания, которая желает подтвердить высокое качество своей продукции, может обратиться за получением добровольного сертификата соответствия.

Существует достаточно объёмная номенклатура внешнеэкономической деятельности, принятая странами Евразийского экономического союза, в которую включён полный перечень продукции, подлежащей сертификации. По сути, это все товары, которые нас окружают: одежда, мебель, еда, бытовая техника и т. д.

В последние годы мы наблюдаем серьёзное реформирование системы сертификации и стандартизации. Одно из самых значимых изменений вступило в силу в 2021 году. Теперь, чтобы получить на продукцию декларацию о соответствии, заявителю достаточно пройти необходимые испытания и самостоятельно зарегистрировать декларацию в личном кабинете на сайте федеральной службы «Росаккредитация», используя электронную цифровую подпись. Мы с радостью помогаем нашим производителям освоить этот сервис.

– «СОЮЗСЕРТИФИКАЦИЯ» – это центр сертификации и разрешительной документации с филиалами по всей России и представительствами в странах Евразийского экономического союза, Европе и СНГ. Как присутствие офисов в разных городах и странах помогает развивать бизнес?

– Бизнес устроен таким образом, что комфортнее работать с компаниями, ко-

торые находятся поблизости. Так спокойнее и безопаснее, поэтому мы стараемся быть максимально приближенными к нашим клиентам. А наш слоган начинается со слов «Всегда рядом...».

– Фишками компании вы называете решение нестандартных ситуаций, индивидуальный подход к проблемам и высокий уровень сервиса. Какие нестандартные задачи могут решить ваши специалисты?

– Каждое производство по-своему уникально и требует индивидуального подхода. В свою очередь, стандарты (ГОСТы, ИСО, ТР ТС и т. д.) содержат лишь общую информацию. Наша задача – адаптировать требования стандартов и международный опыт к конкретному предприятию, чтобы оно работало по современным методикам. Поверьте, одинакового подхода и стандартных ситуаций у нас попросту не бывает, каждый случай уникален. И наша команда справляется с любой задачей.

– В профессиональном блоге вы говорите, что люди идут со своими потребностями к людям, а не к компаниям. Расскажите о вашей команде. Какими навыками должен обладать сотрудник, чтобы успешно работать в этой сфере?

– Команда – это те, с кем можно отправиться в «бой» и выйти победителем. Каждый сотрудник у нас обладает высоким уровнем многозадачности, широким кругозором, знаниями – как в гуманитарной, так и технической сфере. Как раз именно эти навыки необходимы для успешной работы. Кстати, пользуясь случаем, хочу поблагодарить каждого члена моей команды и пожелать достижения самых амбициозных целей.

Подготовила Юлия Юдина

Vugar Rajabov:

“Product certification standards contain only general information; our task is to adapt the requirements to the specific enterprise”



The fight against dishonest manufacturers has long been declared in this country. Certification helps to protect the market from low-quality food, clothing, pharmaceuticals and toys for children by verifying compliance with relevant standards, technical regulations or GOSTs. Vugar Rajabov, General Director of SOYUZSCERTIFICATION Group of Companies (Sertunion), tells why this business can be considered of public importance and what changes in legislation have taken place in this area.



– Mr. Rajabov, today you are the owner of SOYUZSCERTIFICATION Group of Companies leading in the sphere of certification of goods and services. Why did you choose such a complicated field?

– At first, I set up a law company, providing support in real estate transactions. But I had always been interested in doing something of public importance, and at the same time to link my activities with the B2B market. That's when I found out that there is a market for product certification. Having studied the legislation on the subject, some intricacies and legal aspects (my education helped me to understand all the aspects), I realized – this was what I wanted to do.

Today I am sure: by limiting the entry of low-quality products into the market, we bring a huge benefit to society. And this has become the business of my life!

– What permits, declarations or certificates does your group of companies help people to obtain?

– In our center, one can undergo any kind of certification processes and trials to confirm that products meet the necessary requirements. We have all the resources for this: today, SOYUZSCERTIFICATION Group of Companies unites eight laboratories and seven certification bodies.

Our pride is our own staff of experts and auditors for development and implementation of the QMS – international standards and quality and safety management systems at the enterprises. This is a style of business management characterized by the fact that managers and engineers strive to improve product quality. The requirements for QMS are set out in the international standard.

– Which products are subject to obligatory certification, who can undergo this procedure voluntarily? What changes have occurred in the legislation in this area during the recent years?

– Any company wishing to confirm the high quality of its products can apply for a voluntary certificate of conformity.

There is a voluminous nomenclature of foreign economic activity adopted by the countries of the Eurasian Economic Union comprising the full list of products that are subject to certification. In fact, these are all the goods that surround us: clothes, furniture, food, household appliances, etc.

In recent years, we have seen a major reform of the certification and standardization system. One of the most significant changes came into force in 2021. Now, in order to obtain a declaration of conformity for products, the applicant just needs to go through the necessary examinations and register the declaration in his or her personal account on the website of the federal service Rosakkreditatsiya, using an electronic digital signature. We are happy to help our manufacturers master this service.

– SOYUZSCERTIFICATION is a certification and permit documentation center with branches throughout Russia and representative offices in the countries of the Eurasian Economic Union, Europe and

the CIS. How does the presence of offices in different cities and countries help to develop business?

– Business is set up in such a way that it is more comfortable to work with companies which are close by. It is quieter and safer, so we try to be as close to our clients as possible. And our slogan begins with the words “Always nearby...”

– You describe the advantages of the company as solving non-standard situations, an individual approach to problems and a high level of service. What non-standard tasks can be resolved by your specialists?

– Each production is unique in its own way and requires an individual approach. In turn, standards (GOSTs, ISO, TR CU, etc.) contain only general information. Our task is to adapt the requirements of standards and international experience to a particular enterprise so that it operates in accordance with modern methods. One size does not fit all, each case is unique. And our team copes with any task.

– You said in your professional blog that people come to people with their needs, not to companies. Tell us about your team. What skills does an employee need to be successful in this field?

– The team are those who you can go into “battle” with and come out a winner. Each employee is highly multitasking and has a broad outlook and knowledge – both in humanitarian and in technical spheres. These are precisely the skills needed for successful work. By the way, I'd like to use the opportunity to express my gratitude to each member of my team and wish them to achieve the most ambitious goals.

Prepared by Julia Yudina

«Карболит»:

продолжаем историю в новом качестве

В 2013 году в России насчитывалось всего 80 действующих и проектируемых промышленных парков. В настоящее время их число уже приближается к 300 единицам. Почему услуги подобных промышленных площадок востребованы бизнесом, за счёт чего достигается успех в данной сфере? Об этом мы поговорили с Максимом Батуевым, генеральным директором АО «Карболит», входящего в топ-5 управляющих компаний промышленных парков и промышленных технопарков Московской области, по оценке регионального министерства инвестиций, промышленности и науки.



– Максим Анатольевич, согласно аналитике Ассоциации промышленных парков России, в 2020 году, несмотря на кризисные явления в экономике, на фоне 20% роста площадей промышленных парков в стране выросла доля их заполняемости. Впервые она превысила показатель в 60%. Это, по мнению экспертов, позволяет утверждать, что спрос на услуги промышленных парков остаётся высоким и опережает предложение. С чем это связано?

– Развитие сети промышленных парков – не только российская, но и общемировая тенденция. Подобные комплексы являются современным удобным решением для размещения новых производств. Для промышленников, особенно для субъектов малого и среднего бизнеса, размещение в промышленном парке выгодно, поскольку они получают обеспеченное всеми необходимыми коммуникациями производство и набор услуг для его развития. В промышленном парке «Карболит», помимо предоставления в аренду производственных, складских и офисных помещений, оказываются услуги энергоснабжающей организации по тепло- и водоснабжению, водоснабжению и водоотведению, широкий спектр логистических, эксплуатационных услуг. Мы готовы выступить генподрядчиком по строительству и ремонту зданий, выполнить услуги built-to-suit по строительству под требования заказчика.

В итоге резидент промышленного парка получает возможность сосредоточиться на развитии своего дела, производства и продаж, доверив решение технических вопросов обслуживания площадки управляющей компании и сократив издержки.

Практика показывает успешность этой модели как в Европе и США, где история развития промышленных парков насчитывает уже более 100 лет, так и в странах Азии, где сейчас они переживают бурный рост. Так что Россия в данном случае – не исключение.

– «Карболит» – известный промышленный бренд советского периода.

Достаточно вспомнить знаменитые карболитовые лампы – светильники, полвека назад стоявшие почти в каждой квартире. Как связана с ним ваша компания?

– В июле 2021 года исполнится 105 лет со дня выпуска на предприятии «Карболит» первой продукции. Это первый в нашей стране производитель материалов на основе синтетических полимеров. Его продукция была широко известна и востребована как на родине, так и за рубежом. Расположенный в городе Орехово-Зуево завод являлся флагманом в производстве пластмасс для автомобилестроения, ВПК, космоса и многих других сфер экономики огромной страны. Но после перехода экономики на рыночные рельсы у «Карболита», как и у многих гигантов химической промышленности СССР, настали трудные времена. Сократился объём госзаказа, упал спрос, остановилась часть производств. В 2005 году основной пакет акций компании перешёл к «Метафраксу». Это предприятие в городе Губахе Пермского края – крупнейший в России производитель и экспортёр метанола и его производных. Была разработана и реализована концепция развития «Карболита». В результате на площадке предприятия развернулось масштабное производство смол компании «Метадинеа», также входящей в состав «Метафракс Групп». Часть продукции, ранее изготавливавшейся в «Карболите», сегодня производится ООО «Метадинеа», но теперь – на самом современном технологическом уровне. Благодаря этому славная история предприятия не завершилась, а продолжилась в новом качестве. На промышленной площадке создан промышленный парк типа «браунфилд». На его территории разместили свои производства более 60 резидентов. Виды производств – химическое, производство строительных и отделочных материалов, выпуск полимеров, мебели и сантехники, ремонт шинной продукции, выпуск товаров народного потребления. Мы открыты для любых отраслей промышленности, кроме фармацевтических производств и предприятий пищевого сектора.

– Почему резиденты выбирают вас, а не другие площадки?

– Солидная площадь территории – 53 га. Удобная транспортная развязка, до трассы М7 Москва – Казань – 8 км, до трассы А108 – 2 км, до развязки ЦКАД – 500 м. Железнодорожные пути, примыкание к железнодорожным станциям Поточино и Орехово-Зуево. У нас собственная котельная, источники артезианской воды, технологический пар, свободные мощности по подключению к электрической энергии до 1,5 МВт и т. д. Установлена санитарно-защитная зона – до 300 м. В парке действуют круглосуточная охрана и видеонаблюдение, есть комфортный бизнес-центр.

Мы постоянно работаем над тем, чтобы условия для резидентов промышленного парка были максимально комфортными. Ведём редевелопмент ряда земельных участков: сносим старые цеха, строим новые производственные корпуса. Реализуем масштабную программу реконструкции инженерных сетей. На площадке расположено много технологических эстакад, паропроводов, водопроводов, кабелей системы электроснабжения. Плановмерно приводим их всех к современным стандартам, единым параметрам использования и характеристикам обслуживания.

Разработали и внедрили современную систему внутриплощадочной навигации. Провели ребрендинг наших онлайн-коммуникаций. В 2021 году планируем провести значительный объём работ по благоустройству территории промышленного парка. «Карболит» играет важную роль в региональной экономике и жизни Орехово-Зуево, и наша команда будет и дальше делать всё возможное, чтобы оправдать доверие наших коллег, партнёров и жителей.



**МЕТАФРАКС
ГРУПП**

In 2013, only 80 industrial parks were being operated and designed in Russia. Currently, their number is already approaching 300 units. Why are the services of such industrial sites in demand among businesses? How to achieve success in this area? We discussed this with Maxim Batuev, CEO at JSC Karbolit, which is one of the top 5 management companies of industrial parks and industrial technology parks in the Moscow region, according to the regional Ministry of Investments, Industry and Science.



continues the history in its new capacity

– Mr. Batuev, according to the analytics of the Association of Industrial Parks of Russia, in 2020, despite the crisis phenomena within the economy, against the background of a 20% increase in the area of industrial parks in the country, the share of their occupancy increased. It exceeded 60% for the first time. This, according to the experts, suggests that the demand for the services of industrial parks remains high and outruns supply. What is the reason for this?

– The development of a network of industrial parks is not only a Russian trend but also a worldwide one. Such complexes are a modern, convenient solution for the location of new production facilities. For industrialists, especially for small and medium-sized businesses, a location in an industrial park is beneficial, since they receive production provided with all the necessary communications as well as a set of services for its development. As an example, in the Karbolit industrial park, in addition to the lease of production, warehouse and office premises, there are services of the energy supplier for heat supply, water supply and sewerage, as well as a wide range of logistic and operational services. We are ready to act as a general contractor for the construction and renovation of buildings and structures and provide built-to-suit services for construction according to customer requirements.

As a result, a resident entrepreneur of the industrial park gets the opportunity to focus on the development of their business, production and sales, entrusting the resolution of technical issues regarding site service to the management company as well as reducing costs.

Practice shows the success of this model both in Europe and the USA, where the history of industrial park development accounts for more than 100 years, as well as in Asian countries, where they are currently experiencing rapid growth. Therefore, Russia is no exception in this case.

– Karbolit is a well-known industrial brand of the Soviet period. It is enough to recall the

famous carbolite lamps that were used in almost every apartment half a century ago. How is your company related to it?

– July of 2021 marks the 105th anniversary of the release of the first products at the Karbolit enterprise. It was the first manufacturer of synthetic polymer-based materials in our country. Its products were widely known and demanded in both domestic market and abroad. Located in the city of Orekhovo-Zuevo, the plant was a flagship in the production of plastics for the automotive industry, the military-industrial complex, space and many other areas of the economy of the enormous country. But after the economy transition to the market rails, Karbolit, like many giants of the chemical industry in the USSR, faced difficult times. The volume of government orders has decreased, demand has fallen, and part of the production facilities has shut down. In 2005, the main stock of company shares was transferred to Metafrax. This enterprise, located in the city of Gubakha of the Perm region, is the largest producer and exporter of methanol and its derivatives in Russia. The concept for Karbolit development was designed and implemented. As a result, a large-scale production of resins by Metadynea, which is also part of Metafrax Group, was launched at the enterprise site. Some of the products that were previously manufactured at Karbolit are now produced by Metadynea LLC, but now they are made at the most modern technological level. Thanks to this, the glorious history of the enterprise didn't end, but continued in its new capacity. A brownfield-type industrial park has been created at the industrial site. More than 60 residents have launched their production on its territory. There are several types of production – chemical, production of building and finishing materials, production of polymers, furniture and sanitary wares, repair of tire products, production of consumer goods. We are open to any industry, except for pharmaceutical and food production facilities.

– Why do residents choose you instead of other sites?

– Actually, there are many positive aspects. We have a great area of 53 hectares, a convenient transport interchange – 8 km to the M7 Moscow – Kazan highway, 2 km to the A108 highway, 500 m to the Central Ring Road junction. There are railway tracks and adjoining to the Potochino and Orekhovo-Zuevo railway stations. We have our own boiler house, artesian water sources, process steam, free capacities for connecting to electrical energy up to 1.5 MW and other engineering infrastructure. A sanitary protection area has been established up to 300 m. The park has round-the-clock security and video surveillance, there is a comfortable business center, a free parking for the employees and an operating canteen.

We are constantly working to make the conditions for the residents of the industrial park as comfortable as possible. We are redeveloping a number of land plots: we demolish old workshops and build new production buildings. We are implementing a large-scale program for the reconstruction of engineering networks. There are many process pipe racks, steam pipelines, water pipelines, cables for power supply and other networks at the site, which were constructed in various years. We systematically bring them up to modern standards, uniform parameters of use and service characteristics.

We developed and implemented a modern in-site navigation system. We rebranded our online communications. In 2021, we plan to carry out a significant amount of work to improve the territory of the industrial park. Karbolit plays an important role in the regional economy and life of Orekhovo-Zuevo, and our team will continue to do everything possible to justify the trust of our colleagues, partners and residents.



**METAFRAX
GROUP**



Дмитрий Дударев: «ОЭЗ «Липецк» особая среди особых!»

ОЭЗ «Липецк» – экономическая зона, особая среди особых: одна из первых в России по времени создания и результативности и единственная, располагающая сразу двумя территориями.

Об этих и других особенностях ОЭЗ «Липецк» нам рассказал её генеральный директор Дмитрий Дударев.

– **Дмитрий Николаевич, зампреда правительства РФ Дмитрий Козак назвал ОЭЗ «Липецк» самой эффективной зоной. Прошлый год выдавался тяжёлым для бизнеса, однако вам удалось поддержать свой статус?**

– Функционирование ОЭЗ сложно оценивать такими периодами, как месяц или год. Начиная с 2005 года наша команда работает, задавая высокие планки, в том числе для себя.

Год был сложным, но мы не сбавили оборотов. Переговоры, ранее проходившие в формате личных встреч, перешли в онлайн. Но мы дали потенциальным резидентам возможность совершать 3D-туры по территории ОЭЗ.

Зарубежные компании всегда проявляли большой интерес к Липецкой области. ОЭЗ «Липецк» – это «окно в Россию» для мирового бизнеса. Сейчас иностранные инвесторы сильно ограничены в перемещении, да и Европа находится в более серьёзном кризисе, чем Россия. Деловая активность иностранных инвесторов снижена. Но несмотря на все трудности, за минувшие годы предприятия-резиденты ОЭЗ пополнили совокупные бюджеты всех уровней на 1,600 млрд руб., из них на 600 млн руб. – бюджет Липецкой области.

– **«Самой эффективной» ОЭЗ может стать, безусловно, только с самой эффективной управляющей компанией. Расскажите о своей команде.**

– ОЭЗ ППТ «Липецк» – продуманная система сопровождения инвестиций. Её инфраструктура, плюсы которой не единожды отмечали самые авторитетные российские и зарубежные эксперты, – заслуга технического блока. У нас лучшие профессионалы в областях экономики, финансов и юриспруденции.

Подразделением, занимающимся привлечением инвесторов не только на площадке ОЭЗ «Липецк», но и в зоны регионального уровня, является Центр развития инвестиционного потенциала области. Благодаря квалификации его сотрудников даже в «ковидный» год удалось обеспечить показатели по привлечению инвесторов в регион не ниже уровня 2019 года и задел на 2021-й.

Команда ОЭЗ «Липецк» на сегодня насчитывает 195 человек, и это поистине Dream Team: каждый на своём месте, каждый – профессионал! Мы и трудимся, и отдыхаем вместе: проводим совместные спортивные мероприятия, тимбилдинги, а к праздникам готовим настоящие концертные программы. Талантливые люди талантливы и в работе, и на сцене!

– **Как сложилось, что ОЭЗ «Липецк» работает на две площадки?**

– Проект ОЭЗ ППТ «Липецк» динамично развивается с начала 2006 года.

ОЭЗ, общей площадью 2298,3 га, создана в соответствии с ФЗ «Об особых экономических зонах в РФ». Правительством РФ был объявлен конкурс среди регионов по созданию на их территории первых в России ОЭЗ. Липецкая область участвовала в нём в числе 47 регионов. Всего было подано 72 заявки, из них 43 – на организацию ОЭЗ промышленно-производственного типа.

Конкурсной комиссией было отобрано всего шесть заявок, из них две – на создание ОЭЗ промышленно-производственного типа. Так Липецкая область, наряду с Татарстаном, стала победителем конкурса.

Реализация инвестиционных проектов в ОЭЗ «Липецк» началась уже в 2000 году, с приобретением итальянской компанией Merloni завода холодильников «Стинол». В 2004 году итальянцы построили завод стиральных машин, а в 2005-м Indesit Companу завершила строительство центра логистики для «белой» бытовой техники. Нельзя не отметить и самого первого нашего резидента, «ЧСЗ-Липецк», занимающего лидирующую позицию на рынке полых стеклянных изделий.

В тот момент, когда возникла идея создания Елецкого участка, Грязинский функционировал почти 10 лет, демонстрируя потрясающие успехи. Елецкий участок был выбран благодаря примыканию к федеральным трассам, второму по величине городу в Липецкой области и крупному учебному заведению – ЕГУ. Эта площадка интересна агропромышленным компаниям, ведь наша область – центр компакт-

ного макрорегиона, где производится половина объёма сахарной свёклы России и порядка 20% пшеницы. Сервисным компаниям, обслуживающим агрохолдинги, очень удобно располагаться в Ельце.

– **Сколько сегодня резидентов в ОЭЗ? Какие страны они представляют?**

– На сегодняшний день у нас функционируют 28 предприятий, строятся три завода, в стадии проектирования – ещё 10. Объём освоенных инвестиций – 70 млрд руб., произведённой продукции – 147 млрд руб. Создано 4700 рабочих мест.

Всего на территории ОЭЗ ППТ «Липецк» зарегистрировано 67 компаний-резидентов, как российских, так и из многих стран мира (Япония, Италия, Бельгия, Германия, Австрия, США, Китай, Израиль, Швейцария, Нидерланды, Украина, Республика Корея, Польша, Сингапур, Франция). Среди них – всемирно известные компании ABB (Швейцария), SCHLUMBERGER (международная компания), HONEYWELL (США), VISSMANN (Германия), YOKOHAMA (Япония), PPG (США), BEKAERT (Бельгия) и другие.

– **Почему потенциальный инвестор из всего разнообразия 36 ОЭЗ России должен предпочесть липецкую?**

– Думаю, потому, что мы на протяжении долгих лет демонстрируем самые лучшие показатели и лидируем во многих мировых рейтингах. Кроме того, в России, Италии, Германии и ряде других стран отлично работает принцип сарафанного радио, инвесторы часто обращаются к нам по рекомендации наших резидентов или их партнёров.

– **Кризис постепенно преодолевается: самое время задуматься о перспективных планах. Каковы они у ОЭЗ «Липецк»?**

– Планы самые амбициозные! В этом году мы планируем ввести в эксплуатацию ряд предприятий, подписать соглашения с потенциальными инвесторами, продолжить строительство инфраструктуры, в частности на Елецком участке ОЭЗ «Липецк». Работа идёт, впереди много интересного!

Беседовала Елена Александрова

SEZ Lipetsk is an exceptional one among special economic zones: it was one of the first in Russia in terms of the time of its establishment and efficiency, and the only with two territories at once.

These and other features of SEZ Lipetsk were revealed to us by its CEO, Dmitry Dudarev

Dmitry Dudarev:

"SEZ Lipetsk is an exceptional one among special economic zones!"

– Mr. Dudarev, as far as we know, Dmitry Kozak, Deputy Prime Minister of the Russian Federation, has mentioned that SEZ Lipetsk is the most efficient SEZ. Last year was difficult for business, have you succeeded in maintaining your status despite that?

– It is difficult to evaluate the functioning of the SEZ by such periods as a month or a year. Since 2005 our team has been working, raising bars high, including for ourselves.

It was a difficult year, but we have not slowed down. Negotiations, which previously took place in face-to-face meetings, have gone online. But we gave potential residents the opportunity to take 3D tours through the SEZ territory.

Foreign companies have always shown great interest in the Lipetsk region. The Lipetsk SEZ is a "window to Russia" for global business. At the moment, foreign investors are very limited in mobility, and Europe is in a deeper crisis than Russia. The business activity of foreign investors is reduced. However, in spite of all the difficulties, over the past years, the resident companies of the special economic zone have added 1,600 billion roubles to the aggregate budgets of all levels, of which 600 million roubles were added to the budget of the Lipetsk Region.

– A SEZ can become "the most efficient one", of course, only thanks to the most efficient management company. Tell us about your team.

– SEZ PPT Lipetsk is a well-thought-out system of investment support. Its infrastructure, the advantages of which have been repeatedly noted by the most reputable Russian and foreign experts, is an achievement of the technical department. We have the best professionals in the fields of economics, finance and law.

The Centre for Development of the Investment Potential of the Region is the department responsible for attracting investors not only to the sites of the Lipetsk SEZ, but also to the zones of the regional level. Thanks to the qualifications of its staff, even in the "COVID-19" year it was able to ensure that the indicators for attracting

investors to the region were not lower than those for 2019 and the potential for 2021.

The team of SEZ Lipetsk currently consists of 195 people, and it is truly a Dream Team: everyone is the master of his or her field, everyone is a professional! We work and relax together: we hold joint sporting events, teambuilding events, and prepare real concert programmes for holidays. Talented people are talented both at work and on stage!

– How did it happen that SEZ Lipetsk operates in two sites?

– The SEZ PPT Lipetsk project has been developing dynamically since the beginning of 2006.

The SEZ, with the total area of 2,298.3 hectares, was created in accordance with the Federal Law "On Special Economic Zones in the Russian Federation". The RF Government announced the contest among the regions for the creation of Russia's first SEZ on their territory. The Lipetsk region took part in it among 47 regions. A total of 72 applications were submitted, 43 of them – for the creation of SEZ of industrial production type.

The tender commission has selected only six applications, two of which were for the creation of SEZ of industrial production type. Thus, the Lipetsk Region, together with Tatarstan, won the contest.

The implementation of investment projects into SEZ Lipetsk began as early as 2000, with the acquisition by the Italian company Merloni of the Stinol refrigerator plant. In 2004, the Italians built a washing machine factory, and in 2005, Indesit Company completed construction of the logistics center for "white" household appliances. We must also mention our very first resident, CHSZ-Lipetsk, the market leader in hollow glass products.

At the time when the idea for the Yelets site arose, the Gryazinsky site had been in operation for almost 10 years, showing tremendous success. The Yelets site was chosen because of its proximity to federal highways, to the second largest city in the Lipetsk region and to the major educational institution, ELSU. This site is of interest to agribusiness companies, as our region is the center of a compact microregion



where half of the volume of Russian sugar beet and about 20% of wheat are produced. It is very convenient for service companies providing services to agricultural holdings to be located in Yelets.

– How many residents are there today in the SEZ? What countries do they represent?

– As of today, we have 28 enterprises in operation, three plants are under construction and 10 more are under design. We have received 70 billion rubles of investments and produced goods for 147 billion rubles. There have been 4,700 jobs created.

There are 67 resident companies registered in SEZ PPT Lipetsk in total, both Russian and from numerous countries (Japan, Italy, Belgium, Germany, Austria, USA, China, Israel, Switzerland, Netherlands, Ukraine, Republic of Korea, Poland, Singapore, France). Among them there are such world-renowned companies as ABB (Switzerland), SCHLUMBERGER (international company), HONEYWELL (USA), VIESSMANN (Germany), YOKOHAMA (Japan), PPG (USA), BEKAERT (Belgium) and others.

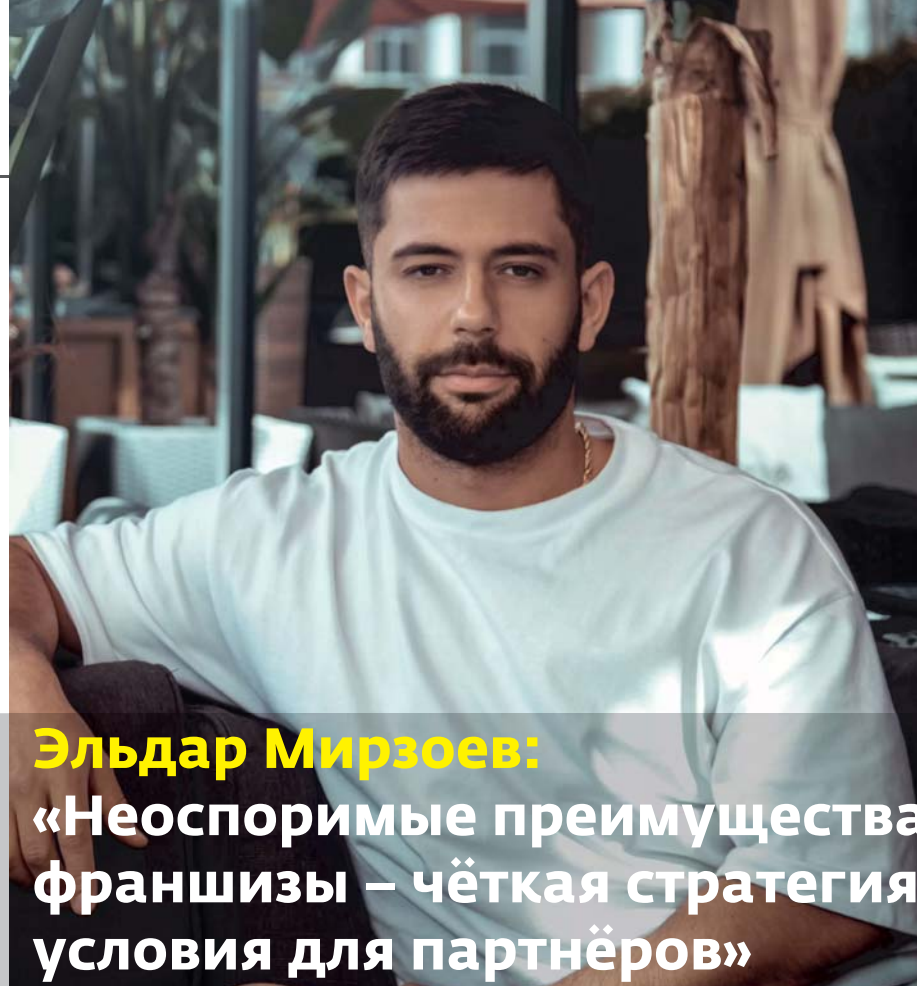
– Why would a potential investor prefer Lipetsk SEZ from the variety of 36 Russian SEZs?

– I think because we have been demonstrating the best results for many years and we are leading in many world rankings. In addition, the word-of-mouth principle works well in Russia, Italy, Germany and a number of other countries; investors often come to us on the recommendation of our residents or their partners.

– The crisis is almost overcome: it is high time to think about future plans. What are they for SEZ Lipetsk?

– The plans are the boldest! This year, we plan to launch a number of enterprises, sign agreements with potential investors, continue the construction of infrastructure, in particular on the Yelets site of SEZ Lipetsk. Work is going on, there are a lot of interesting things ahead!

**Interview was taken
by Elena Alexandrova**



Эльдар Мирзоев: «Неоспоримые преимущества нашей франшизы – чёткая стратегия и выгодные условия для партнёров»

Развивать барбершопы по франчайзинговой схеме – легко и просто, если есть поставленные цели и понимание рынка. Это доказала компания OldBoy Barbershop – сеть заведений с самым большим количеством проданных франшиз по всему миру. Сегодня в OldBoy насчитывается более 270 филиалов, а в 2017 году франшиза была номинирована и выиграла премию «Прорыв года», по мнению «БиБосс». О том, как удаётся добиваться успеха даже в непростое для индустрии красоты время, нам рассказал Эльдар Мирзоев, основатель сети OldBoy Barbershop.

– В чём ваше уникальное преимущество перед конкурентами?

– Когда я только начинал реализовывать себя как предприниматель, то хотел создать тот самый идеальный барбершоп, в котором я бы сам стал постоянным клиентом. Спустя время, получая очередную награду «Франшиза года», я понимаю: мы движемся в верном направлении.

Добиться успеха нам помогли чётко поставленные реальные цели. Мы стремимся вывести нашу сеть и барберинг в целом на новый уровень. С каждым годом совершенствуемся и идём в ногу со временем. Все эти факторы помогают нам становиться лучше и расти, несмотря на то, что мы давно удерживаем лидирующие позиции в своей нише. Чёткая стратегия и выгодные условия для партнёров – это и есть наши неоспоримые преимущества.

– Минувший год выдался непростым для всех отраслей бизнеса. Многим даже пришлось покинуть рынок. Однако в вашей компании обороты не сбавлялись, а число открытых франшиз только росло. Как вам это удалось, с какими показателями вы закончили 2020 год? И есть ли у компании планы на 2021-й?

– Да, нам удалось не просто пережить тяжёлое время, но и добиться значительных успехов. Это стало возможным благодаря отлаженным внутренним процессам, дружной команде и умению быстро принимать решения в стрессовой ситуации. Пока остальные франчайзинговые сети открывали дочерние компании-однодневки в погоне за быстрыми деньгами, мы всецело отдались одному проекту, вкладывая в него не только сред-

ства и время, но и душу. Наверное, всё дело в нашем упрямстве и верности одному делу.

По итогам 2020 года мы перевыполнили план: оборот сети составил 2 млрд руб. В 2021-м у нас поставлена не менее амбициозная задача – 3 млрд руб. И поверьте, мы это сделаем!

У нас много планов, которые, безусловно, потребуют титанических усилий от всей команды. Мы хотим увеличить число наших партнёров в России и за рубежом. Компания имеет успешный опыт открытия филиалов в Европе, США и СНГ. И останавливаться на достигнутом мы не собираемся.

Также в этом году планируем и дальше совершенствовать сеть: уже разработана и производится брендированная линейка косметики премиум-класса. Благодаря таким товарам мы наращиваем обороты и повышаем качество дополнительных продаж. Сервис в барбершопе мы выводим на беспрецедентный уровень: для специалистов проводятся вебинары по клиентоориентированности, стандартам сервиса и умению возвращать гостей.

Ещё разработан собственный софт на алгоритмах искусственного интеллекта, который самостоятельно анализирует посещение клиента и сообщает ему, что пришло время снова посетить OldBoy.

– Вы уже упомянули, что OldBoy имеет успешный опыт открытия филиалов в Европе и Америке. Пользуются ли ваши филиалы успехом за рубежом?

– Открытие филиалов за границей – наша гордость, мы не боимся выходить за пределы России и готовы пробовать себя в любой точке мира.

Наши барбершопы пользуются большой популярностью за границей. Например, по словам владельца филиала в Сербии, барберинг здесь только набирает обороты, а в наших заведениях много клиентов.

OldBoy также любят и потому, что мы одними из первых ввели приложение для онлайн-записи. А такой формат очень удобен, ведь он позволяет экономить время.

– Чем выгодно ваше предложение для потенциальных партнёров? Как вы думаете, почему начинающие и опытные предприниматели выбирают именно вашу франшизу?

– Думаю, всё дело в уверенности. Такая сеть, как OldBoy, точно будет удерживать свои позиции на рынке как самая быстроразвивающаяся сеть барбершопов. Филиалы открыты почти по всей России, в ближнем зарубежье, в Европе и Америке, а мы предлагаем самое лояльное роялти среди конкурентов. Также помогаем как на начальных стадиях открытия, так и в процессе всего сотрудничества. У нас огромный штат профессионалов – бухгалтеров, юристов, топ-барберов, – которые прилетают на каждое открытие нового заведения, чтобы обучить мастеров.

Нашу франшизу выбирают потому, что нет никаких подводных камней, и в этом можно убедиться ещё до подписания договора, пообщавшись с уже работающими партнёрами. Отмечу, рынок сегодня не перенасыщен, но стремится к этому. Однако хороших мест с действительно крутыми мастерами и комфортной атмосферой не так много, и об этом стоит задуматься.

Подготовила Юлия Юдина

It is easy and convenient to develop barbershops under a franchise scheme if you have defined the goals and gained an understanding of the market. OldBoy Barbershop, the chain with the largest number of franchises sold worldwide, has proven this. Today, OldBoy has more than 270 branches, and in 2017 the franchise was nominated and won the Breakthrough of the Year award, according to BeBoss. Eldar Mirzoev, Founder of OldBoy Barbershop, told us how they manage to succeed even in difficult for the beauty industry times.



Eldar Mirzoev:
"The undisputable advantages of our franchise are the clear strategy and favorable conditions for partners"

– What is your unique advantage over your competitors?

– When I first started as an entrepreneur, I wanted to create such an ideal barbershop, where I myself would become a regular customer. After a while, when I received another Franchise of the Year award, I realized that we were moving in the right direction.

Our clear and realistic goals have helped us to succeed. We aim to take our chain and barbering as a whole to the next level. We improve and keep up with the times every year. All these factors help us to improve and grow, even though we have long held a leading position in our niche. A clear strategy and favorable conditions for our partners is our undisputable advantages.

– Last year was a difficult one for all business sectors. Many even had to leave the market. However, in your company, turnover has not slowed down and the number of franchises has only grown. How did you manage to do this, and what figures did you end the year 2020 with? Do you have plans for 2021?

– Yes, we managed not just to get through the tough times, but to achieve significant success. This was possible thanks to fine-tuned internal processes, the friendly team

and the ability to make quick decisions in a stressful situation. While other franchise chains opened one-day subsidiaries in the pursuit of quick money, we gave ourselves wholeheartedly to one project, investing not only money and time, but also our hearts into it. I guess it's all about our contrariness and loyalty to one business.

At the end of 2020, we exceeded our plan: the turnover of the network amounted to 2 billion roubles. In 2021, we have set an equally ambitious target of 3 billion roubles. And believe me, we will do it!

We have many plans, which will certainly require a Herculean effort from the whole team. We want to increase the number of our partners in Russia and abroad. The company has a successful experience of opening branches in Europe, the USA and the CIS. And we are not going to stop there.

We also plan to continue improving the network this year: we have already developed and nowadays we produce a branded range of premium cosmetics. Thanks to these products, we increase our turnover and the quality of our extra sales. We take barbershop service to an unprecedented level: webinars on customer orientation, service standards and the ability to return guests are held for the specialists.

We have also developed our own artificial intelligence software which analyzes customer visits independently and informs clients that it's time to visit OldBoy again.

– You have already mentioned that OldBoy has a successful experience of opening branches in Europe and America. Are your branches succeeding abroad?

– Opening branches abroad is our pride, we are not afraid to go beyond Russia and are willing to try ourselves anywhere in the world.

Our barbershops are very popular abroad. For example, according to the owner of the branch in Serbia, barbering is just gaining momentum here, and our establishments have many clients.

OldBoy is also loved because we are one of the first to have introduced an app for online booking. And this format is very convenient, because it saves time.

– How does your offer advantageous for potential partners? Why do you think both startups and experienced entrepreneurs choose your franchise?

– I think it's all about confidence. A chain like OldBoy is sure to hold its position on the market as the most rapidly developing chain of barbershops. Branches have been opened almost all over Russia, in the near abroad, in Europe and America, and we offer the most loyal royalty among our competitors. We also help both at the initial stages of opening and throughout the whole partnership. We have a huge staff of professionals – accountants, lawyers, top barbers – coming to every opening of a new establishment to train the artisans.

Our franchise is chosen because there are no pitfalls, and you can be sure of this even before you sign the contract by talking to partners who actually work there. It should be noted that the market today is not saturated, but it is tending to be. However, there are not so many good places with really great masters and comfortable atmosphere, and it is worth thinking about.

Prepared by Julia Yudina





Эльнара Авакян: «Индикатор общественного благополучия – ярмарки»

Эльнара Авакян является генеральным директором фирмы «Регион». Свой профессиональный путь она начала более 15 лет назад. Её знают как организатора не только ярмарок, но и выставок и фестивалей в Московской, Ярославской, Владимирской и Ленинградской областях.

НЕФТЬ И ЯРМАРКИ

«Нефть – это индикатор оптимизма инвесторов. Чем более радостным им представляется будущее, тем она дороже. Ну а если инвесторы ощущают кризис и стагнацию – нефть падает в цене. Ещё один индикатор общественного благополучия – ярмарки.»

Ярмарки – не просто экономический феномен, а удивительное пересечение социальных, религиозных и экономических практик. Это место обмена информацией и формирования общественного мнения, если говорить простым языком – публичное уличное пространство города, деревни, посёлка. Отнюдь не случайно закрытие торговых лавок на Востоке всегда считалось событием чрезвычайным, имевшим далекоидущие политические последствия.

А в европейской традиции ярмарки обеспечивали устойчивую связь между городом и деревней, ещё – между отдельными городами. Они «сшивали» пространство и также являлись неотъемлемой частью ландшафта», – Эльнара Авакян.

Коммуникативная функция является одной из самых важных для развития личности. Она сопутствует человечеству на протяжении всего эволюционного цикла, и не секрет, что имеет свойство и модернизироваться. Поэтому одной из самых важных тенденций сегодняшней реальности являются социальные сети. В социальных сетях и интернете можно приобрести товары, услуги и даже продукты питания. Каждый день люди отправляют сообщения и принимают их, однако всем нам сложно представить свою жизнедеятельность без живого общения.

«Ярмарку можно сравнить с социальными сетями, только товар можно попробовать и взять в руки, можно познакомиться с другими людьми и услышать историю изготовления того или иного продукта, принять участие в интересных мероприятиях и вспомнить старые добрые традиции.»

Современный покупатель разительно отличается от покупателя, который был даже несколько десятилетий назад. Маркетинг и пиар не зря являются одними из самых востребованных на рынке труда и в экономической сфере. Людям нужно не просто купить тот или иной товар, им крайне важно получить от этого удовольствие, зарядиться энергетикой и атмосферой в месте, где они совершают покупку. Ярмарки, которые мы организуем, полностью отвечают потребностям и запросам, равно как и дают возможность ремесленникам и фермерам заявить о себе на огром-

ном конкурентном поле под названием «рыночная экономика». Ярмарка – это площадка старинных традиций и современного бизнеса.»

Каждый наш проект – это десятки рабочих мест! Мы предоставляем площадку для непосредственного диалога между представителями бизнеса и покупателями. Нас знают во многих городах России: в Москве, Московской области, Костроме, Санкт-Петербурге, Ярославской и Владимирской областях. Ведь ярмарка – клуб единомышленников. Здесь находятся предприниматели, фермеры, продавцы, покупатели. И пусть у всех этих людей своя судьба, но интересы, любовь к жизни и любопытство – те неизбежные точки соприкосновения на одной площадке, которые объединяют всех», – Эльнара Авакян.

«В апреле этого года мы запускаем новый бренд «Калейдоскоп вкусов». Он представляет собой коллаборацию народного творчества и современной уличной торговли.

Таким образом, на одной площадке сочетаются колорит, знакомство с современными достижениями, включая выставку-ярмарку, крафтовые продукты, народно-художественные промыслы и ремёсла, муниципальные этнобренды с привлечением локальных творческих коллективов. Мы собираем в единый круг фермеров, ремесленников и талантливых мастеров, где показываем лучшие товары в Подмосковье и других регионах России. И называется этот круг «Ярмарки-фестивали с душой и настроением!»

Elnara Avakyan is the CEO at the Region company. She began her professional career more than 15 years ago. She is known as the organizer of not only fairs, but also exhibitions and festivals in the Moscow, Yaroslavl, Vladimir and Leningrad regions.

OIL AND FAIRS

“Oil is an indicator of investor optimism. The more joyful the future seems to them, the more expensive it is. Well, if investors feel a crisis and stagnation, oil prices fall. Another indicator of public well-being is fairs.

Fairs are not just an economic phenomenon, but an amazing intersection of social, religious and economic practices. This is a place for the exchange of information and the formation of public opinion, in simple terms – the public street space of the city, village, settlement. It’s no coincidence that the closure of shops in the East has always been considered an extraordinary event with far-reaching political consequences.

And in the European tradition, fairs provided a stable connection between town and country, and also between individual cities. They “sewed together” territories and were also an integral part of the landscape,” – Elnara Avakyan.



Elnara Avakyan:

“Fairs are a public welfare indicator”

The communicative function is one of the most important for personal development. It accompanies humanity throughout the entire evolutionary cycle, and it’s no secret that it also has the ability to modernize. Therefore, one of the most important trends in today’s reality is social networks. In social networks and on the Internet, you can buy goods, services and even food. Every day people send messages and receive them, but it’s difficult for all of us to imagine our life without live communication.

“The fair can be compared to social networks, only a product can be tasted and picked up, you can meet other people and hear the history of the manufacture of a particular product, take part in interesting events and remember the good old traditions.

The modern buyer is strikingly different from the buyer who was even several

decades ago. Marketing and PR are not in vain among the most demanded areas in the labor market and in the economic sphere. People need not only to buy this or that product, it is extremely important for them to get pleasure from it, to recharge with energy and atmosphere in the place where they make a purchase. The fairs that we organize fully meet the needs and requirements, as well as provide an opportunity for artisans and farmers to express themselves in the huge competitive field called the “market economy”. The fair is a platform for ancient traditions and modern business.

Each of our projects means dozens of jobs! We provide a platform for direct dialogue between business representatives and customers. We are known in many cities of Russia: in Moscow, the Moscow region, Kostroma, St. Petersburg, Yaroslavl and

Vladimir regions. After all, the fair is a club of like-minded people. There are entrepreneurs, farmers, sellers, buyers here. And let all these people have their own destiny, but interests, love of life and curiosity are the inevitable points of contact on one site that unite everyone,” – Elnara Avakyan.

“This April we are launching a new brand – Kaleidoscop Vkusov. It’s a collaboration of folk art and modern street trade.

Thus, spirit of traditions, modern achievements, including an exhibition-fair, craft products, folk arts and crafts, municipal ethno-brands with the involvement of local creative teams are combined on one site. We gather farmers, artisans and talented craftsmen into a single circle, where we show the best goods in the Moscow region and other regions of Russia. And this circle is called “Fairs-festivals with soul and mood!”



**Елена
Теленова:**

Бухгалтерия – это не то, чем хочется заниматься собственнику бизнеса. Поэтому в последнее время всё большую популярность набирает аутсорсинг – компания экономит деньги и ресурсы, а отчётами занимаются профессионалы. О том, почему бухгалтеру важно разбираться в налоговых льготах и субсидиях, как изменился рынок услуг во время пандемии и на что обратить внимание при выборе организации, нам рассказала Елена Теленова, основательница компании «Золотой телец».

«Хороший бухгалтер должен быть готов решить любую жизненную проблему»

– По оценкам специалистов, спрос на бухгалтерский аутсорсинг растёт – бизнес сокращает издержки на фоне эпидемии COVID-19. Предприниматели также хотят разобраться с субсидиями, налоговыми льготами и другими мерами поддержки бизнеса. Ваша компания поможет решить обе задачи?

– Действительно, сегодня перед бухгалтерами стоит сложная задача – найти лучшие пути сокращения затрат бизнеса. Наша компания как предоставляет непосредственно бухгалтерские услуги, так и помогает разобраться в субсидиях, налоговых льготах и других вопросах поддержки бизнеса. Подобных запросов в период пандемии поступало очень много, собственно говоря, поэтому наши показатели в 2020 году выросли в два раза.

– Эксперты отмечают, что с рынка массово уйдут фрилансеры-одиночки. Получается, в сегменте услуг бухгалтерского аутсорсинга останутся крупные компании и наиболее сильные игроки? Как ещё изменится этот рынок в условиях пандемии?

– Фрилансеры-одиночки просто не могут дать такого качества обслуживания, как полноценная компания. Сегодня встречаются очень сложные вопросы, где требуется комплексный подход, например, необходимы экспертные мнения не только бухгалтера, но и арбитражного управляющего, юриста, финансового директора и т. д. Зачастую только так можно просчитать все риски, принять правильное управленческое решение и донести его до собственника. Фрилансе-

ры не в состоянии настолько грамотно проконсультировать клиента, поэтому, я думаю, со временем они действительно покинут этот рынок.

В условиях цифровизации экономики бизнес идёт в сторону «обеления», но зачастую собственникам небольших организаций не хватает опыта и компетенций, чтобы провести все необходимые процедуры. Сегодня бизнесмены часто говорят нам: «Я хочу работать правильно, несмотря на то, что переход будет болезненным для меня». Также предпринимателям важно знать не только, какие отчёты сдавать в налоговую инспекцию, но и чего им ждать, к примеру, от Роспотребнадзора или СЭС. Подобную информацию необходимо актуализировать в одном месте, возможно, следует создать некую памятку, где всё будет подробно написано. Если бизнесмен «вооружится» подобной информацией, то сократится число неожиданных проверок и предприниматель будет увереннее чувствовать себя на рынке.

– Уже сейчас понятно, что бухгалтерский аутсорсинг полностью адаптирован к новым условиям: специалисты привыкли работать удалённо. Но с какими сложностями столкнулась ваша компания?

– Как бы банально это ни звучало, но основная сложность при работе с клиентами – это сбор документов, который может тянуться очень долго. Также есть производства, где невозможно работать удалённо, необходим человек на месте, аутсорсинг провести удалённо в этом случае тоже затруднительно.

В целом бизнес на самоизоляции разделился на два лагеря: одни работали и пытались что-то делать, а другие решили, что локдаун – это отпуск. И когда они вышли на работу, то поняли, что рынок уже поделили и часть клиентов ушла в другие компании. Чаще всего подобное встречалось в бьюти-сфере: клиенты даже во время самоизоляции хотели, чтобы с ними общались, и, не получив обратную связь, уходили в другие салоны красоты.

– На что стоит обратить внимание, выбирая бухгалтерскую аутсорсинговую компанию?

– На то, насколько она представлена в сети и сколько лет работает на рынке. Несмотря на то, что многие по-прежнему работают удалённо, должен быть офис, где готовы принять клиента. Если такого места нет, это должно насторожить.

Также на сегодняшний день важно взаимодействие с правовыми системами, например «КонсультантПлюс» или «Гарант», потому что без информации, основанной на законодательных актах, невозможно работать. Здесь всё меняется очень быстро и важно уметь оперативно реагировать.

Я думаю, хорошая бухгалтерская компания предлагает комплекс услуг по обслуживанию, то есть в идеале это такая расширенная система по аналогии со Сбербанком, который в последнее время охватывает многие рынки: это не только банк, но и маркетплейс, аптека, логистика и т. д. Так и в нашем деле: профессиональная бухгалтерская компания должна знать хороших арбитражных управляющих, юристов и в принципе быть готовой решить любую жизненную проблему.

Беседовала Юлия Юдина



Elena

Telenova:

“A good accountant should be prepared to solve any problem in life”

Bookkeeping is not something a business owner wants to do. That is why outsourcing has become increasingly popular in recent years – a company saves money and resources, while reports are handled by professionals. Elena Telenova, Founder of Gold Calf LLC, told us why it is important for an accountant to have a good grasp of tax benefits and subsidies, how the service market has changed during the pandemic, and what to consider when choosing an organization.

– Experts estimate that the demand for accounting outsourcing is growing – businesses are cutting costs in the face of the COVID-19 epidemic. Entrepreneurs also want to be able to deal with subsidies, tax breaks and other business support measures. Can your company help with both tasks?

– Indeed, accountants today face the daunting task of finding better ways of reducing business costs. Our company both provides direct accounting services and assists with subsidies, tax relief and other issues on business support. There were many such enquiries during the pandemic, which is why our figures doubled in 2020.

– Experts have noted that single freelancers on a large scale will leave the market. So, it turns out that there will remain large companies and the strongest players in the accounting outsourcing

services segment? How else will this market change in the face of the pandemic?

– Single-person freelancers simply cannot give the same quality of services as a full-fledged company. Today, you encounter very complicated issues where an integrated approach is required, for example, expert opinions are needed not only from an accountant, but also from a bankruptcy trustee, a lawyer, a financial director, etc. This is often the only way to calculate all the risks, make the right management decision and convey it to the owner. Freelancers are not able to advise the client that competently, so I think eventually they will really leave this market.

With the digitalization of the economy, business moves in the direction of “exoneration”, but often the owners of small organizations lack the experience and competence to carry out all the necessary

procedures. Today, business people often tell us: “I want to work in a legitimate manner despite the fact that the transition will be painful for me”. It is also important for entrepreneurs to know not only what reports to submit to the tax office, but also what to expect from, for example, Rospotrebnadzor or SES. Such information should be accumulated in one place, perhaps there should be some kind of memo, where everything is written in detail. If a businessman is “equipped” with such information, the number of unexpected inspections will be reduced and the entrepreneur will feel more confident on the market.

– It is already clear that accounting outsourcing is fully adapted to the new conditions: specialists are used to working remotely. However, what difficulties has your company encountered?

– No matter how trivial it may sound, the main difficulty in working with clients is the collection of documents, which can take a very long time. There are also companies where it is not possible to work remotely, a person is needed on site and outsourcing remotely in this case is also difficult.

In general, business have split into two factions during self-isolation: some worked and tried to do something, while others decided that the lockdown was a holiday. And when they started working, they realized that the market had already been shared and some of the clients had left for other companies. This was most often the case in the beauty sector: clients even during their self-isolation wanted to be contacted and, without receiving feedback, they left for other beauty salons.

– What should be looked at in selecting an accountancy outsourcing company?

– You should consider how well represented it is online and how many years it has been on the market. Although many still work remotely, there should be an office where clients are welcome. If there is no such place, this should be a red flag.

Collaboration with legal systems, such as ConsultantPlus or Garant, is also important today, because you cannot work without information based on legislation. Everything is changing very fast and it is important to be able to react efficiently.

I think that a good accounting company offers a range of services, i.e., ideally it is such an extended system, similar to Sberbank, which has recently covered many markets: not only banking, but also marketplace, pharmacy, logistics, etc. The same is true in our business: a professional accounting company should know good court-appointed managers, lawyers and basically be ready to solve any problem in life.

Interview was taken by Yulia Yudina



– **Сергей Николаевич, юридическая компания MGP center начала свою деятельность как партнёрство практикующих адвокатов, юристов и экспертов в 2016 году и за прошедшую пятилетку заработала блестящую репутацию: её клиенты выигрывают 99% судебных дел! При этом вы позиционируете компанию как юридический бутик, оказывающий эксклюзивные услуги в узких профильных сегментах. Какие это сегменты и почему именно они привлекли ваше внимание?**

– Определение «юридический бутик», прежде всего, указывает на эксклюзивность оказываемых нами услуг в узких профильных сегментах. Такое позиционирование показывает нашим потенциальным клиентам, что они могут рассчитывать на высокую компетенцию и отличное качество в рамках чётко очерченного круга вопросов.

Мы предлагаем услуги по оптимизации налога на имущество предприятий и консалтинговую деятельность в сфере интеллектуального права. Данные сферы права были выбраны нами потому, что именно в них у специалистов компании был наработан самый большой и качественный опыт.

Узкая специализация даёт возможность максимально сконцентрироваться на детальном изучении соответствующих законов и подзаконных актов, судебной практики, тенденций в правоприменении той или иной нормы, что, в свою очередь, позволяет нам достигать наилучших результатов как для клиентов, так и для компании.

– **Главная тематика, которой вы занимаетесь – «Оптимизация налога на имущество». В частности, большое внимание уделяется проблематике исключения в судебном порядке объектов недвижимости из Перечня объектов, подлежащих налогообложению по кадастровой стоимости. Почему это так актуально сегодня?**

MGP center:

высшая квалификация эксклюзивных услуг

На заре цивилизации человек поневоле был универсалом: и охотником, и портным, и Гончаром, и поваром, и строителем, а при надобности – врачом или воином. Потом наступила долгая эра профессий, когда доктор всё ещё был обязан быть и хирургом, и терапевтом, и акушером, и стоматологом, а портной – уметь шить всё от мала до велика, от нижних рубаш до свадебных нарядов. Двадцать первый век стал эпохой узкой специализации: в современной медицине около 100, а в строительном деле – более 600 специальностей! Не осталась в стороне и юриспруденция, в которой специализаций сегодня, наверное, не меньше, чем в медицине. Огромный плюс узкой специализации – высочайшая компетентность профессионала по заданному кругу вопросов. Об этом и многом другом мы побеседовали с генеральным директором юридической компании MGP center Сергеем Говоровым.

– Актуальность проблемы заключается в том, что включение зданий в Перечень объектов недвижимого имущества, в отношении которых налоговая база определяется как их кадастровая стоимость, производится каждый год, начиная с 2014-го. И данный процесс носит лавинообразный характер, поскольку критерии (площадь строения, рассматриваемого в качестве объекта налогообложения) периодически пересматриваются с целью включения большего количества предприятий и увеличения налоговой нагрузки на всё большее количество организаций Москвы. Так, в перечень 2014 года было включено 1816 объектов, в 2015 году – 5386, в 2016-м – 7183, а в 2017-м – уже 23 835 объектов... К 2021 году количество таких «дорогих» для собственников зданий и помещений приблизилось к 37 тысячам! Более того, с 2014 года, когда стали применять первую редакцию перечня, и ставка налога на имущество выросла с 1,1 до 1,8% в 2021 году.

– **Кто ваши клиенты, откуда они?**

– Пока наша деятельность сосредоточена в Москве и регионе. Собственно, аббревиатура «МГП» (MGP) означает «московская городская практика»: предприятия, составляющие пул наших клиентов, в основном представляют промышленность Москвы, в том числе её новых территорий.

За эти годы мы успешно сотрудничали с АО «Институт пластмасс им. Г. С. Петрова», АО «Союзцветметавтоматика», ЗАО Фирма «Черёмушки», ПАО НПО «Наука», АО «Московский электромашиностроительный завод Памяти революции 1905 года» и рядом других предприятий. Но встречаются среди наших клиентов и собственники относительно небольших зданий, сдающие их в аренду, чьи арендаторы занимаются производственной, научной или медицинской деятельностью. Они обращаются к нам, так как для бизнеса их категории существенное уменьшение налогов часто бывает решающим.

А если говорить о стартапах, то такие клиенты сосредоточены во второй сфере нашей деятельности. Ведь они образуются, как правило, вокруг новой идеи, уникальность которой необходимо проверить.

– **Какие ещё сферы юриспруденции есть в компетенции юристов вашего бутика? Собираетесь ли расширять их круг?**

– Во-первых, мы даже в нашей основной деятельности находим вопросы, где можно наработать новые подходы и предложения для налогоплательщиков. Так, буквально на днях мы завершили уже в третьей инстанции рассмотрение процесса по оспариванию акта обследования здания, составленного Госинспекцией по недвижимости г. Москвы. В итоге все три суда полностью поддержали нашу позицию! Это второй известный на сегодня подобный случай: считалось, что данный документ оспорить невозможно. Суды стояли на том, что можно оспаривать правовые последствия, но не сам акт. Однако мы нашли способ для этого и хотим довести дело до финальной победы – успеха нашего клиента в достижении подтверждённого судом меньшего размера сумм уплачиваемого налога на имущество.

Во-вторых, мы отмечаем всё больше обращений от наших клиентов по общегражданским вопросам, регулируемым Гражданским кодексом РФ и Арбитражным кодексом РФ. И поскольку цивилистика – это основа нашего правового образования, то, конечно, мы с удовольствием решаем поставленные нашими клиентами задачи.

– **Сформулируйте миссию компании MGP center!**

– «Правовая индивидуальная поддержка предприятий и организаций Москвы для совместного и устойчивого роста компании, региона, нашей страны в целом!»

Беседовала Елена Александрова



MGP center:

the highest level of exclusive services

At the beginning of civilization, a human being was a versatile person: a hunter, a tailor, a potter, a cook, a builder and, if necessary, a doctor or a warrior. Then there came the long era of the trades, when a doctor still had to be a surgeon, a general practitioner, an obstetrician and a dentist, while a tailor had to be able to sew everything from undershirts to wedding dresses. The twenty-first century has become an era of narrow specialization: modern medicine has about 100 specializations, and the construction industry has more than 600! The law is no exception, since today it specializes in at least as many fields as medicine does. A huge advantage of narrow specialization is the highest competence of a professional in the given range of issues. We talked to Sergei Govorov, CEO of MGP center law firm, about this and much more.

– Mr. Govorov, MGP center started as a partnership of practicing lawyers, attorneys and experts in 2016 and over the past five years has earned an excellent reputation: its clients win 99% of court cases! At the same time, you have positioned the company as a legal boutique, providing exclusive services in narrow specialized segments. Which segments are these and why have they attracted your attention?

– The definition “legal boutique” first of all indicates the exclusivity of our services in narrow specialized segments. Such positioning demonstrates to our potential clients that they can count on top-quality, expert knowledge in a clearly-defined field.

We offer services related to corporate tax optimization and consultancy in the field of intellectual property law. We have chosen to focus on these areas of law as they are those in which our professionals have built up the most extensive and valuable experience.

Narrow specialization enables us to focus on detailed study of respective laws and bylaws, court practice, tendencies in application of this or that norm, which in its turn enables us to achieve the best results both for our clients and the company.

– The main subject you deal with is property tax optimization. In particular, a lot of attention is paid to the problem of judicial exemption of properties from the list of properties subject to taxation according to cadastral value. Why is this so relevant nowadays?

– The relevance of the problem lies in the fact that the inclusion of buildings in the List of Immovable Property, for which the tax base is determined as their cadastral value, has been done every year since 2014. And

this process is snowballing, as the criteria (the area of the building considered as an object of taxation) are periodically revised in order to include more businesses and increase the tax burden on more and more organizations in Moscow. Thus, the list in 2014 included 1,816 properties, in 2015 – 5,386, in 2016 – 7,183, and in 2017 – already 23,835 properties... By 2021, the number of such “expensive” buildings and premises for owners is close to 37,000! Moreover, since 2014, when the first version of the list was implemented, the property tax rate rose from 1.1% to 1.8% in 2021.

– Who are your clients, where are they from?

– So far, our activities have been concentrated in Moscow and the region. Actually, the abbreviation “MGP” stands for “Moscow City Practice” (moskovskaya gorodskaya praktika – in Russian): the companies which make up the pool of our clients mainly represent industry in Moscow, including its new territories.

Over the years we have successfully worked with the Petrov Research Institute of Plastics, JSC Soyuzsvetmetavtomatika, CJSC Cheryomushki, PAO NPO Nauka, JSC Moscow Electromechanical Plant in Memory of the Revolution of 1905 and a number of other enterprises. But we also have owners of relatively small rental buildings among our clients, whose tenants are engaged in industrial, scientific or medical activities. They turn to us, because for their category of business a significant tax reduction is often decisive.

As for start-ups, such clients are concentrated in our second line of business. After all, they are usually formed around new ideas, the uniqueness of which needs to be verified.

– What other areas of law are within the competence of lawyers in your boutique? Do you intend to expand their range?

– First of all, even in our fundamental activities, we find issues where we can develop new approaches and proposals for taxpayers. For example, just a few days ago, we completed the third instance hearing on a dispute over the building inspection report drawn up by the State Inspectorate for Real Estate of Moscow. As a result, all three courts fully supported our position! This is the second such case known to this day: this document was considered impossible to dispute. The courts were of the opinion that it was possible to dispute the legal consequences but not the act itself. However, we have found the way to do this and want to bring the case to its ultimate victory – our client’s success in obtaining a court-approved reduction in the amount of property tax payable.

Secondly, we observe more and more applications from our clients on general civil issues regulated by the Russian Civil Code and the Russian Arbitration Code. Since civil law is the basis of our legal education, of course, we are happy to solve the problems posed by our clients.

– Formulate MGP center’s mission!

– “Legal individual support of Moscow enterprises and organizations for the joint and sustainable growth of the company, the region, the country as a whole!”

The interview was taken
by Elena Alexandrova



Михаил Коган:

«Мы настолько развили инфраструктуру технопарка, что создали мини-город в масштабах одной территории»

Московский технопарк «Калибр» — одна из самых известных российских площадок, которая не только помогает развиваться крупным компаниям, но и поддерживает перспективные технологические стартапы. Здесь предприятия не просто получают доступ к различным сервисам, которые облегчают работу, но и имеют возможность участвовать в мероприятиях и крупных международных конференциях. О том, как следует поддерживать молодое поколение и какие законодательные инициативы внедрены для поддержки бизнес-сообщества, нам рассказал председатель ПАО «Калибр» Михаил Коган.

– Расскажите, в чём преимущества технопарка «Калибр» и как компания пережила пандемию?

– «Калибр» входит в систему технопарков Москвы, являясь одной из самых прогрессивных на сегодня площадок для развития инновационных технологий и решений. Здесь расположилось более 150 высокотехнологичных компаний, стартапов и проектных групп.

Одним из многочисленных преимуществ территории является её инфраструктура, адаптированная под нужды как крупных предприятий, так и начинающих проектов. В распоряжении компаний – деловой центр, коворкинг, мини-офисы, полигон для испытаний беспилотных транспортных средств, фитнес-студия и т. д. По сути, мы создали мини-город в масштабах одной территории.

Отмечу, что консультационные и консалтинговые услуги мы часто оказываем бесплатно, поддерживая перспективные проекты.

Также преимуществами технопарка смело можно назвать предоставление резидентам доступа к государственным программам и мерам поддержки, регулярное участие в ключевых отраслевых мероприятиях.

Стоит упомянуть существующую на территории модель бизнес-лифта «коворкинг – технопарк». Её эффективность уже подтверждена на примере нескольких компаний, которые, находясь в коворкинге, смогли занять место на основной территории уже в статусе резидента.

Что касается деятельности технопарка во время пандемии, как и другим представителям бизнеса, нам было сложно продолжать деятельность компании в новых условиях. Мы вели переговоры с ре-

зидентами относительно предоставления скидок по арендной плате. Некоторым арендаторам были даны скидки в 25%, некоторым – в 50%.

Потери технопарка по количеству арендаторов стали незначительными, что не может не радовать, особенно в такие сложные периоды. Однако это не помешало нам работать и со стартапами на нашей территории.

– Как компания работает со стартапами?

– Мы планируем запустить на нашей территории собственный акселератор для развития стартапов, некоторые из них уже есть на нашей территории. Как зрелая площадка, мы понимаем, что компании могут приходить не только извне, но и «расти» прямо на территории. Частично данная схема уже работает на примере модели бизнес-лифта «коворкинг – технопарк», мы видим в ней большой потенциал. Участники акселератора, как предполагается, займут места в новом коворкинге, который доступен для первых резидентов уже сегодня.

– Последние несколько лет технопарк «Калибр» ведёт активную общественную работу, в том числе на площадке Московской торгово-промышленной палаты. Какие нововведения в законодательстве поддерживает ПАО «Калибр» как член МТПП?

– В 2019 году ПАО «Калибр» стало членом Московской торгово-промышленной палаты и организовало Комитет МТПП по промышленной и инновационной политике.

На площадке комитета мы всегда говорим о том, как важно поддерживать и

развивать бизнес, в частности инновационные компании. В настоящее время правительство активно работает над тем, чтобы на законодательном уровне оказывать поддержку предпринимателям и представителям бизнес-сообщества.

Например, 5 ноября 2020 года вышло распоряжение правительства РФ, включающее в себя нормы, регулирующие работу высокотехнологичного бизнеса. Председатель правительства Михаил Мишустин утвердил «дорожную карту» трансформации делового климата «Новые виды предпринимательской деятельности, основанные на внедрении передовых технологий».

Мы полностью поддерживаем данную инициативу. Она позволит снять множество барьеров для инновационного бизнеса, с которыми он непрерывно сталкивается.

В 2021 году Мосгордума внесла поправки в законы «Об инвестиционной политике города Москвы и государственной поддержке субъектов инвестиционной деятельности» и «О промышленной политике города Москвы». Теперь в них появились дополнительные статьи, определяющие статус якорного резидента, который позволяет резидентам технопарков, а теперь и инвестиционных приоритетных проектов, снизить налог на прибыль.

Для нас эти поправки особенно важны, поскольку ПАО «Калибр» является инвестиционным приоритетным проектом Москвы. Среди компаний, расположенных на нашей территории, есть претенденты на статус якорного резидента, которые ожидали данных изменений законодательства так же, как и мы.

Подготовила Юлия Юдина



Moscow Kalibr Industrial and Science Park is one of the most famous Russian sites, which not only helps large companies to develop, but also supports promising technology start-ups. Here, enterprises not only get access to various services which facilitate their operations, but also have an opportunity to participate in events and major international conferences.

Mikhail Kogan, Chairman of PJSC Kalibr, told us about the way the younger generation should be supported and what legislative initiatives have been introduced to support the business community.

Mikhail Kogan:

"We have developed the technopark infrastructure to such an extent that we have created a mini-town on the scale of one territory"

– Tell us about the advantages of the Kalibr Technology Park and how has the company survived the pandemic?

– Kalibr is part of the Moscow system of technology parks, one of the most progressive platforms for the development of innovative technologies and solutions today. More than 150 high-tech companies, start-ups and project groups are located here.

One of the numerous advantages of the territory is its infrastructure, adapted to the needs of both large enterprises and start-up projects. Companies have at their disposal a business center, a co-working space, mini-offices, a testing ground for unmanned vehicles, a fitness studio, etc. In a nutshell, we have created a mini-town on the scale of one territory. I should note that we often provide consulting and advisory services free of charge, supporting promising projects.

Another advantage of the technopark is that residents have access to government programmers and support measures, as well as regular participation in major industry events.

The "co-working-technopark" business lift model existing on the territory is also worth mentioning. Its effectiveness has already been confirmed by the example of several companies which, being in the co-working space, were able to take a position on the main territory already as a resident.

As for the activities of the technology park during the pandemic, like other businesses, we found it difficult to continue operations in the new environment. We negotiated with

the residents regarding the provision of rent discounts. Some renters were given 25% discounts, some were given 50% discounts.

The loss of the technopark in terms of the number of tenants has become insignificant, which can't help but rejoice, especially in such difficult periods. However, this has not stopped us from working with start-ups on our territory either.

– How does the company work with startups?

– We plan to launch our own accelerator to develop startups, some of which we already have in our territory. As a mature site, we understand that companies can come not only from outside, but also "grow" right on the territory. Part of this scheme is already working on the "co-working-technopark" business lift model; we see great potential in it. Accelerator participants are expected to take places in the new co-working space, which is available to the first residents today.

– For the last few years, Kalibr Technopark has been active in public work, including on the platform of the Moscow Chamber of Commerce and Industry. What innovations in legislation does Kalibr, as a member of the Moscow Chamber of Commerce and Industry, support?

– In 2019, Kalibr PJSC became a member of the Moscow Chamber of Commerce and Industry and organized the MCCI Committee for Industrial and Innovation Policy.

On the platform of the committee, we always emphasize the importance of supporting and developing business, in particular innovative companies. Currently, the government works actively to support entrepreneurs and representatives of the business community at the legislative level.

For example, there is an order issued by the Russian government on 5 November 2020, which includes norms regulating the operation of high-tech businesses. Prime Minister Mikhail Mishustin approved a roadmap for transforming the business climate, "New business activities driven by the introduction of advanced technologies".

We strongly support this initiative. It will remove a lot of barriers for innovative businesses that they continuously face.

In 2021, the Moscow City Duma made amendments to the laws "On Investment Policy of the City of Moscow and State Support for Investment Activities" and "On Industrial Policy of the City of Moscow". Now they include additional articles defining anchor resident status, which allows residents of technology parks, and now investment priority projects, to reduce income tax.

Such amendments are particularly important for us, as Kalibr PJSC is an investment priority project of Moscow. Among the companies located on our territory, there are applicants for anchor resident status, who expected these legislative changes as much as we did.

Prepared by Julia Yudina

Сергей Кривицкий:

«Внедряем инновационные биоинженерные технологии, с помощью которых очищаем и реабилитируем водоёмы»

Экологической обстановкой нашей планеты обеспокоены практически все: от учёных и инженеров до обычных школьников. Причиной неблагоприятной обстановки в городах во многом стали промышленные выбросы в атмосферу и воду, а также скопившиеся на полигонах промышленные и бытовые отходы. Поэтому становится актуальным искусственное воспроизводство природных ресурсов и ландшафтов с использованием не только технических средств, но и в большой степени биоинженерных технологий. Как очистить сточные воды при помощи каскадных биологических прудов, рыб и червей, а также о разработках, помогающих строить экологичные дома, нам рассказал Сергей Кривицкий, генеральный директор компании «Экология и природа».

Экобионика - биоинженерные технологии XXI века



– Ваша компания занимается водными объектами и гидротехническими сооружениями, инженерными сетями, а также благоустройством и озеленением. Появились ли новые направления в работе за последнее время?

– Одно из самых перспективных на сегодня направлений, которое мы сейчас активно внедряем, – это каскадные пруды для очистки промышленных стоков. Многие предприятия просто выливают на рельеф использованную в производстве воду, не возвращая её в оборот на технические нужды. Однако в настоящее время активно развиваются биоинженерные технологии, которые дают возможность использовать природное самоочищение воды с помощью растений и микроорганизмов. Уверен, что такие технологии будут довольно актуальны как для животноводческих, так и для птичьих ферм.

– Из чего состоят очистные каскадные пруды?

– Чтобы реабилитировать водоём, туда заселяют необходимые гидробионты (растения и рыба, зоо- и фитопланктоны), которые очищают стоки, попадающие в пруд. Данную технологию наша компания уже активно использует в городских прудах. Если говорить о каскадном очищении промышленных стоков, то в каждый «аквариум» мы запускаем определённый вид растений и живых организмов, а сами каскады работают последовательно: вода очистилась в одном пункте, перешла в следующий и т. д. Кстати, при определённых условиях можно получить воду, пригодную для питья. Такой вариант очистки пригодится и в небогатых странах Африки и Азии, где строить большие очистные сооружения очень дорого.

– Какое оборудование для этого нужно?

– Практически никакое, нам всё уже дала природа. Тем более что последние 20-30 лет в России стремительно развивался ландшафтный дизайн для озеленения и благоустройства природных комплексов. А в Подмосковье появились питомники не только садовых, но и водных растений. Мы уже сотрудничаем с этими организациями, закупая у них не только водные растения, но также рыб и беспозвоночных, чтобы сформировать в водоёме гидроэкосистему. В таком подходе очень важно то, что используемые нами водные растения довольно быстро размножаются. Таким образом, биологические пруды становятся своеобразными питомниками. Сложнее собирать зоо- и фитопланктонов, но и с этим мы уже научились работать.

– Возможно ли полностью избежать образования отходов в процессе промышленного производства при помощи вермикультуры?

– Сейчас учёные разработали способ утилизации органических отходов при помощи червей, называемый вермикультивированием. Мы тоже этим занимаемся: у нас «работают» черви, специально выращенные отечественными биологами. Сейчас разрабатываем проект стеклянной теплицы – гелиофермы, внутри которой в определённых условиях содержатся черви. Они питаются остатками от сельскохозяйственной продукции, органическими отходами и т. д. Черви перерабатывают органику и превращают её в гумус – прекрасное удобрение. В подобных теплицах можно выращивать овощи круг-

лый год, и многие подмосковные фермеры уже это делают. Кстати, червей можно использовать не только для очистки, но и в качестве белка, который широко применяется в парфюмерии, косметологии и как кормовая база для птицеферм и рыбноводных прудов.

Практически все наши технологии востребованы в частном домовладении: все грязные стоки будут «уходить» в каскадные пруды, на крыше дома могут работать гелиоустановки, а на участке – ветряки, обеспечивающие альтернативной энергией.

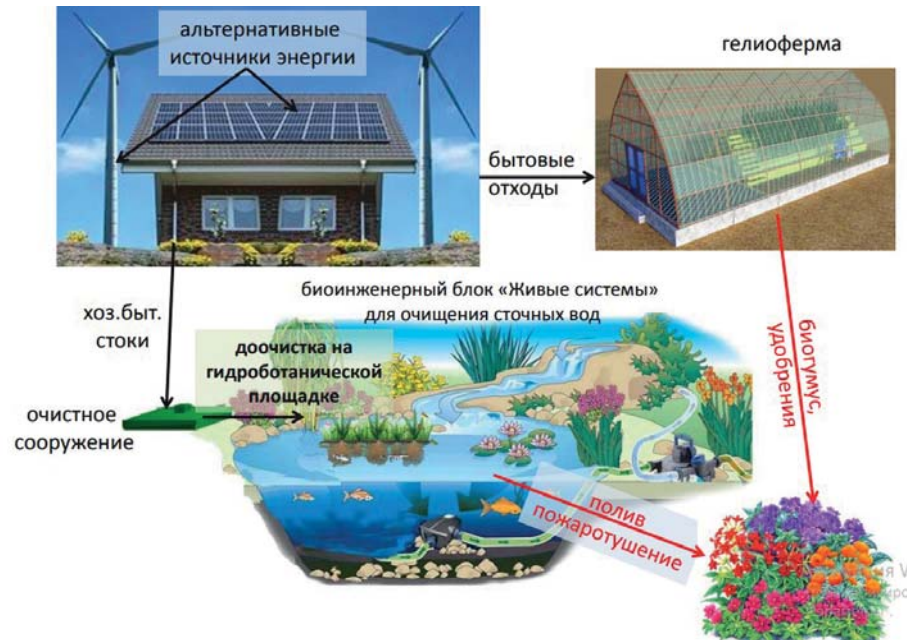
– А к вам может обратиться частное лицо с просьбой спроектировать экологичный дом, чтобы получать энергию от солнца и ветра?

– Да, и такие случаи в нашей практике есть. Например, заказчик построил четырёхэтажный дом, в одной части которого располагалось пространство без перекрытий в виде шахты. Здесь планировалось сделать тропический сад, которому необходим определённый микроклимат, для чего требуется создать температурные и влажностные условия. Этого мы собирались добиться с помощью специальных ламп и датчиков влажности, установленных таким образом, чтобы воссоздать тропическую среду. А режим может поддерживаться с помощью специального приложения.

Наука экобионика стремительно развивается, и, я думаю, в ближайшем будущем экологичные дома и поселения можно будет спроектировать с учётом современных экологических материалов и технических средств.

Беседовала Юлия Юдина

Almost everyone is concerned about the environmental situation on the planet: from scientists and engineers to ordinary schoolchildren. Industrial emissions into the air and water, as well as the accumulation of industrial and domestic waste at landfills are largely the cause of the unfavorable situation in cities. Therefore, artificial reproduction of natural resources and landscapes with the use of not only technical means, but to a large extent bioengineering technology becomes relevant. Sergei Krivitsky, CEO of Ecology and Nature, told us how to clean wastewater with the help of cascade biological ponds, fish and worms, as well as about developments which help to build environmentally friendly houses.



Sergey Krivitsky:

"We introduce innovative bioengineering technologies, with the help of which we clean and rehabilitate water bodies"

– Your company is engaged in water bodies and hydraulic structures, engineering networks, as well as landscaping and planting. Have you recently introduced any new areas of work?

– One of the most promising directions which we actively implement nowadays is cascade ponds for industrial wastewater treatment. Many enterprises simply pour water used in production onto the terrain without recirculating it for technical needs. However, at present, bioengineering technologies, which enable to use natural self-purification of water with the help of plants and microorganisms, actively develop. I am sure that such technologies will be quite relevant for both livestock and poultry farms.

– What do cascade treatment ponds consist of?

– In order to rehabilitate a pond, the necessary hydrobionts (plants and fish, zoo- and phytoplankton) are put in, they clean the drains flowing into the pond. Our company actively uses this technology in city ponds. If we talk about cascade purification of industrial wastewater, we put a particular kind of plants and living organisms into each "aquarium" and the cascades work consistently: the water purifies in one segment, moves to the next, etc. By the way, under certain conditions it is possible to obtain water suitable for drinking. This option of purification will also be useful in not wealthy countries of Africa and Asia, where it is very expensive to build large sewage treatment plants.

– What kind of equipment is required for this?

– Practically none, nature has already given everything to us. The more so since the last 20-30 years in Russia landscape design for greenery and beautification of natural complexes has been rapidly developing. In the Moscow region there are greenhouses not only for garden plants, but also for aquatic plants. We already cooperate with these organizations, buy not only aquatic plants from them, but also fish and invertebrates to form a hydro ecosystem in the pond. It is very important in this approach that the aquatic plants we use multiply quite quickly. Thus, biological ponds become a kind of nursery. It is more difficult to collect zoo- and phytoplankton, but we have already learned how to work with this as well.

– Is it possible to prevent the waste formation in the process of industrial production with the help of vermiculture?

– Scientists have developed a worm-based method of utilizing organic waste called vermiculture. We are also involved in this: we have worms specially bred by domestic biologists. At the moment, we prepare a project of a glass greenhouse inside which worms are kept under certain conditions. They are fed by leftovers from agricultural products, organic waste, etc. The worms recycle the organic matter and turn it into humus, an excellent fertilizer. It is possible to grow vegetables in such greenhouses all year round, and many farmers near Moscow

already do this. By the way, worms can be used not only for purification, but also as a protein, which is widely used in perfumery, cosmetology and as fodder for poultry farms and fish ponds.

Almost all of our technologies are demanded in private households: all the dirty sewage will "go" into the cascade ponds, solar installations can work on the roof of the house, and wind turbines that provide alternative energy can work on the plot.

– Can a private person come to you with a request to design an eco-friendly house to get energy from the sun and wind?

– Yes, we have such cases in our practice. For example, one customer has built a four-storey house, one part of which has a space without ceilings in the form of a well. It was planned to make there a tropical garden which needs a certain microclimate which requires creating certain temperature and humidity conditions. This was going to be achieved by using special lamps and humidity sensors installed in such a way as to simulate the tropical environment. This environment can be maintained by a special application.

The science of ecobionics evolves fast, and I think that in the near future it will be possible to design environmentally friendly houses and settlements based on modern ecological materials and technical means.

The interview was taken
by Yulia Yudina

Гиппократ дал этому заболеванию устрашающее название «рак» (греческое «онкос») за сходство злокачественной опухоли с раком, запуская свои клешни вглубь здоровой ткани. Почти две с половиной тысячи лет прошло с тех пор, но и в XXI веке подобный диагноз звучит пугающе. Однако у современных врачей куда больше возможностей для борьбы с этим недугом. Об этом мы побеседовали с к. м. н., главным врачом сети клиник интегративной онкологии Onco.Rehab Сергеем Куповым.

Сергей Купов:

«Клиники Onco.Rehab притягательны на мировом рынке медицинских услуг!»

– Сергей Сергеевич, вы врач в четвертом поколении и, наверное, с детства мечтали лечить людей? Расскажите о династии Куповых.

– Династия Куповых работает в здравоохранении суммарно более 700 лет. В семейной родословной были фельдшеры и медсёстры, врачи и профессора, даже члены Академии медицинских наук.

Я учился и начинал работать в те времена, когда медицина ещё не была столь сегментирована, мои учителя учили меня мыслить системно. Мне очень повезло: моё становление происходило под наставничеством профессора Абаса Мехтиева Талышинского, одного из основателей отечественной оториноларингологии. Многие я почерпнул у профессоров Петра Андреевича Чумаченко, основателя школы системных морфофункциональных взаимоотношений тканей, и Андрея Владимировича Федосеева, одного из лучших хирургов ЦФО, раскрывшего для меня возможности современной многопрофильной хирургии.

Мой дед Игорь Яковлевич Купов заведовал кафедрой судебной медицины, поэтому мне с ранних лет знакома большая часть профессуры родного РязГМУ. Также меня вдохновлял пример брата моего прадеда, академика Тимакова, который был не просто выдающимся учёным, но и президентом Академии медицинских наук СССР. Особо значимой для меня стала научная коллаборация с уникальным исследователем, профессором Сергеем Львовичем Загускиным. Ещё в 80-е годы он совместно с нобелевским лауреатом А. М. Прохоровым и академиком Ю. А. Овчинниковым занимался регуляцией клеточной деятель-

ности. Их идеи во многом послужили основой для создания того комплекса лечения онкологии, онкореконструкции, который позволяет нам высокоэффективно помогать людям даже с четвертой стадией рака. Благодаря их фундаментальным работам мы можем на практике реализовать подход, трактующий рак как просто хроническое заболевание, поддающееся эффективному лечению.

– С 2017 года вы являетесь главным врачом и научным руководителем сети клиник интегративной онкологии Onco.Rehab. А какой путь вы прошли до этого момента, с тех пор как окончили медицинский университет?

– Будучи студентом, я в первую очередь интересовался научной работой. Первая моя научная публикация вышла на третьем курсе медуниверситета. Все студенческие годы я руководил деятельностью студенческого научного общества при университете. Затем проработал пять лет на кафедре общей хирургии РязГМУ. Параллельно с практической деятельностью получил второе высшее образование по управлению и был приглашён работать в РУДН на кафедру организации здравоохранения. К тому времени я имел практический опыт работы врачом и теоретические представления об организации медпомощи. После этого решил посвятить себя развитию частного здравоохранения и внедрению медицинских инноваций. С 2010 года началось моё сотрудничество с ГК «Новая Медицина», которая с моей помощью вошла в топ-50 ведущих медицинских компаний России по рейтингу Vademecum.

Прежде всего – я всегда остаюсь практикующим врачом, но также являюсь одним из создателей и руководителей сети клиник «Новая Медицина» в восточном Подмосковье. Мы развили сеть многопрофильных медцентров с пятью видами высокотехнологичной медицинской помощи с нуля, настало время подумать, что можно сделать ещё.

Как врач, я занимался лечением сложных синдромов. Ко мне обращалось много пациентов, страдающих ими при онкологии. Таким образом, пришло понимание необходимости глубокой работы в этой сфере, потому что уровень онкопомощи у нас в стране 10 лет назад был ужасающим.

Мы изучали успешный опыт борьбы с онкозаболеваниями многих стран: Израиля, Японии, Южной Кореи, Германии, США, Греции – и открыли для себя нишу интегративной онкологии.

Наша команда первой в России ввела термин «интегративная онкология» в плоскость профессионального дискурса и успешно развивает это направление.

Много лет работая в Московской области, мы внесли в здравоохранение региона десятки инновационных методик, за что были отмечены двумя премиями губернатора, благодарностями Мособлдумы и т. д.

Первоначально поток пациентов шёл из ближайших регионов, сейчас к нам едут со всей России. Кроме того, Onco.Rehab организует трансферы в труднодоступные места Владимирской области, в том числе выполняя и социальную функцию. А в условиях коронавирусной инфекции мы работаем с рядом возрастных пациентов на дому.

– Начиная рассказ о клинике Onco.Rehab, прежде всего мы должны пояснить читателям, что такое интегративная онкология.

– Сначала надо сказать, что в наиболее развитых странах свыше 60% клиник, занимающихся лечением онкологии, предлагает программы интегративного сопровождения своим пациентам. А в РФ мы пока такие одни!

На сегодня есть два подхода к лечению рака. Первый, традиционный, использует три основных направления: хирургию, лучевую и лекарственную терапии.

Подход во многом эффективный, но в первую очередь он лечит опухоль, а не пациента. Не берётся в расчёт, сможет ли конкретный человек перенести это – очень тяжёлое – лечение: сможет – отлично, а на нет и суда нет...

Второй, интегративный подход гласит: помимо опухоли, надо видеть самого человека! Необходимо подтянуть иммунитет, минимизировать стресс, откорректировать питание и образ жизни. «Настроить» организм так, чтобы онкология перестала быть смертельным недугом, превратившись в процесс, находящийся под медицинским контролем.

Задача интегративного онколога – эффективно помочь пациенту даже с четвёртой стадией рака и помешать рецидиву болезни после лечения.

Отсюда – следующие элементы интегративной онкологии:

1. Традиционное лечение (химиотерапия, радиотерапия, хирургия). Интегративная онкология встроена в персонализированную схему лечения конкретного пациента и должна быть индивидуальной.

2. Дополнительные методики (система питания, система нагрузок, режим сна).

3. Уникальные методики (гипертермия, фотодинамическая терапия, активационно-метаболическая терапия и т. д.).

4. Онкопсихология – работа с сознанием, мыслями, привычками.

Интеграция методик даёт иное качество жизни, радость каждого дня.

Мы стараемся искать действенные методики по всему миру. Например, когда я встречался с японским лауреатом Нобелевской премии по медицине и физиологии – 2016 Ёсинори Осуми, у нас состоялся диалог на тему оптимизации лекарственной терапии при раке с точки зрения воздействия на аутофагию. Благодаря – в числе прочего – подобным встречам удаётся по крупицам собирать картину применения новых технологий и добиваться с их помощью высочайших результатов.

Применяемые в Onco.Rehab методы – передний край лечения в онкологии.

Но мы не просто применяем, а совершенствуем и разрабатываем новые мето-

ды лечения. Например, в области фотодинамической терапии мы совершили настоящий прорыв, разработав такую терапию с биоуправлением.

– Уже давно серьёзное заболевание для россиян означает вложение весомых денежных средств, которых у большинства наших сограждан просто нет. Onco.Rehab – частная клиника, однако на вашем сайте сказано, что лечение в ней возможно и по полису ОМС. Для кого оно доступно?

– При работе в системе ОМС совпадают интересы трёх сторон: государства, пациентов и медиков. Государство проявляет заботу о здоровье нации, пациенты получают бесплатный доступ к высокотехнологичной помощи, медицинская организация – денежное вознаграждение, социальное одобрение и благодарность пациентов.

Поэтому всё, что смогли, мы погрузили в программу ОМС РФ и таким образом добились минимизации стоимости лечения для пациентов.

А зачастую мы готовы оказывать дополнительные бесплатные услуги даже без компенсации от фонда ОМС, лишь бы продлить жизнь пациента, если у него нет средств на лечение и он нам доверяет. Именно доверие – основа правильных отношений между врачом и пациентом, особенно в онкологии. Такой подход отличает нас от большинства коммерческих медицинских организаций. Это важно для меня как для врача.

– На сайте клиники можно найти видеоматериалы, рассказывающие о подтверждённых случаях излечения рака четвёртой стадии с метастазами. При всём прогрессе современной медицины это редкий случай, не так ли?

– В мире такие случаи описаны, и надо отметить, что по мере развития иммуноонкологии их становится всё больше. До 2010 года их было описано несколько сотен за всю историю наблюдения. А на последних конгрессах о них докладывают регулярно. Раньше подобное сообщение вызывало сенсацию. Да и сейчас это случай всё ещё из ряда вон выходящий. Рак четвёртой стадии современной медициной считается заболеванием контролируемым, но не излечиваемым.

Однако в нашей практике мы наблюдаем и обратное: у целой группы наших пациентов метастазы уменьшились в несколько раз, а у некоторых даже исчезли, самочувствие стало принципиально иным. Так как все пациенты находятся под постоянным наблюдением, то правильнее будет говорить не об излечении от рака, а о достижении полного «ответа» на лечение и устойчивой ремиссии.

Всё это нами строго документирует-

ся. Будем публиковать данные об этом случае в солидных научных изданиях, подготовим доклад для российского онкоконгресса. Мы делимся опытом, не скрываем своих методик. Считаем, что нужно объединять усилия на благо пациентов!

– Какие страны лидируют в борьбе с раком, этой «чумой XX века», не особо ослабившей хватку клешней и в XXI веке? Входит ли наша страна в их число?

– Хирургическая техника при лечении рака в России традиционно сильна. В некоторых направлениях онкохирургии Россия, безусловно, является лидером, например при онкопатологиях глаз. В наши дни государство делает очень много для того, чтобы и в иных направлениях российская онкология развивалась в ногу с мировыми трендами. В России сейчас доступна львиная доля современных лекарственных препаратов, активно развиваются радиотерапия и ядерная медицина. Зачастую к нам обращаются пациенты из зарубежных стран, где у граждан нет широкого доступа к современной лекарственной терапии в рамках систем здравоохранения. При общении с ними очень наглядно видно, какое развитие получила российская онкология. Для нас использование современной лекарственной терапии стало нормой жизни. У зарубежных пациентов мы не всегда видим столь богатый арсенал средств, но это не мешает нам эффективно работать с ними. Результаты, которых мы достигаем, делают нас притягательными на мировом рынке медицинских услуг.

– В одном из интервью вы рассказали, что стремитесь сделать Onco.Rehab одним из ведущих центров компетенций интегративной онкологии мирового уровня. А что вы вкладываете в это понятие?

– Мы подразумеваем под этим следующие элементы:

- высочайшее качество компетенций и профессиональной экспертизы в вопросах лечения рака;

- сильная команда врачей-онкологов разных специализаций, ведущих активную лечебную и научную деятельность;

- развитие инновационных методик, таких как CAR-T-терапия, терапия альфа-эмиттерами и т. п.;

- развитая сеть филиалов как в России, так и за рубежом.

В конечном итоге мы хотим стать центром притяжения, куда пациентам стоит ехать даже из самых удалённых уголков земного шара!

**Беседовала
Елена Александрова**



Sergey Kupov:

"Onco.Rehab clinics are attractive in the international market of medical services!"

Hippocrates gave this disease the frightening name "cancer" (Greek "oncos") for the resemblance of a malignant tumor to cancer that launches its claws deep into healthy tissue. Almost two and a half thousand years have passed since then, but still in the 21st century such diagnosis sounds scary. However, modern doctors have much more opportunities to deal with this disease. We talked about this with Sergey Kupov, Ph. D., chief physician at the network of Onco.Rehab integrative oncology clinics.

– Mr. Kupov, you a fourth-generation doctor and, probably, you dreamed of treating people from childhood. Tell us about the Kupov dynasty.

– The Kupov dynasty has been working in healthcare for over 700 years in total. The family lineage included paramedics and nurses, doctors and professors, even members of the Academy of Medical Sciences.

I studied and started working at a time when medicine was not yet so segmented, my teachers taught me to think systematically. I was very lucky: my formation took place under the mentorship of Professor Abas Talyshinsky, one of the founders of Russian otorhinolaryngology. I learned a lot from professors Pyotr Chumachenko, the founder of the school of systemic morphofunctional relationships of tissues, and Andrey Fedoseev, one of the best surgeons in the Central Federal District, who opened up the possibilities of modern multidisciplinary surgery for me.

My grandfather Igor Kupov headed the Department of Forensic Medicine, so from an early age I know most of the professors of my native RyazGMU. I was also inspired by the example of my great-grandfather's brother, Academician Timakov, who was not only an outstanding scientist, but also the president of the USSR Academy of Medical Sciences. Scientific collaboration with a unique researcher, Professor Sergei Zaguskin

became especially significant for me. Back in the 80s, he, together with the Nobel laureate A. M. Prokhorov and Academician Yu. A. Ovchinnikov, was engaged in the regulation of cellular activity. Their ideas largely served as the basis for the creation of that complex of oncology treatment, oncological rehabilitation, which allows us to help people even with the fourth stage of cancer highly effectively. Thanks to their fundamental work, we can put into practice an approach that treats cancer as a simple chronic disease amenable to effective treatment.

– Since 2017, you are the chief physician and scientific director of the Onco.Rehab network of integrative oncology clinics. What path have you come up to this point since you graduated from medical university?

– As a student, I was primarily interested in scientific work. My first scientific publication came out in the third year of the medical university. Throughout my student years, I directed the activities of the student scientific society at the university. Then I worked for five years at the Department of General Surgery at Ryazan State Medical University. In parallel with my practical activities, I received a second higher education in management and was invited to work at the RUDN University at the Department of Health Organization. By that time, I had practical experience as a doctor

and theoretical ideas about the organization of medical care. After that, I decided to devote myself to the development of private health care and the introduction of medical innovations. My cooperation with the New Medicine Group of Companies began in 2010, which, with my help, entered the top 50 leading medical companies in Russia according to the Vademecum rating.

First of all, I always remain a practicing doctor, but also, I'm one of the founders and leaders of the network of clinics Novaya Meditsina (Russian "New Medicine") in the eastern part of the Moscow region. We have developed a network of multidisciplinary medical centers with five types of high-tech medical care from scratch, now it's time to think about what else can be done.

As a doctor, I was involved in the treatment of pain syndromes. I was approached by many patients suffering from them in oncology. Thus, an understanding of the need for deep work in this area has come, because the level of cancer care in our country 10 years ago was appalling.

We studied the successful experience of fighting cancer in many countries: Israel, Japan, South Korea, Germany, USA, Greece – and discovered the niche of integrative oncology.

Our team was the first in Russia to introduce the term "integrative oncology" into the plane of professional discourse and is successfully developing this area.

Working for many years in the Moscow region, we have introduced dozens of innovative methods into the health care of the region, for which we were awarded two Governor's Prizes, thanks from the Moscow Regional Duma, etc.

Initially, the flow of patients came from the nearest regions, now they come to us from all over Russia. In addition, Onco.Rehab organizes transfers to hard-to-reach places in the Vladimir region, including performing a social function. And in the context of coronavirus infection, we work with a number of elderly patients at home.

– Starting the story about the Onco.Rehab clinic, first of all, we must explain to the readers what integrative oncology is.

– First, it must be said that in the most developed countries, over 60% of clinics dealing with oncology treatment offer integrative support programs for their patients. And in the Russian Federation we are the only to do this!

Today, there are two approaches to cancer treatment. The first, traditional, uses three main areas: surgery, radiation and drug therapy.

The approach is largely effective, but it primarily treats the tumor, not the patient. It does not take into account whether a particular person will be able to endure this very difficult treatment: if they can – excellent, but if not, there is no trial...

The second, integrative approach says: in addition to the tumor, you must see the person himself! It's necessary to tighten the immune system, minimize stress, correct diet and lifestyle. To "tune" the body so that oncology ceases to be a fatal ailment, turning into a process under medical supervision.

The task of an integrative oncologist is to effectively help a patient even with a fourth stage of cancer and prevent the disease from recurring after treatment.

Hence, there are the following elements of integrative oncology:

1. Traditional treatment (chemotherapy, radiotherapy, surgery). Integrative oncology is built into a personalized treatment regimen for a particular patient and should be individualized.
2. Additional techniques (nutrition system, physical exercises, sleep mode).
3. Unique techniques (hyperthermia, photodynamic therapy, activation-metabolomic therapy, etc.).
4. Oncopsychology – work with consciousness, thoughts, habits.

The integration of methods gives a different quality of life, the joy of every day.

We try to search for effective methods all over the world. For example, when I met with Japanese Nobel Prize Winner in Medicine and Physiology – 2016 Yoshinori Ohsumi, we had a dialogue on the topic of

optimizing drug therapy for cancer in terms of effects on autophagy. Thanks, among other things, to such meetings, it is possible to piece together a picture of the application of new technologies and achieve the highest results with their help.

The methods used at Onco.Rehab are the cutting edge of treatment in oncology.

But we don't just apply, but we improve and develop new methods of treatment. For example, in the field of photodynamic therapy, we have made a real breakthrough by developing this biofeedback therapy.

– For a long time, a serious illness for Russians means an investment of significant financial resources, which the majority of our fellow citizens simply do not have. Onco.Rehab is a private clinic, but your website says that treatment in it's also possible under the compulsory medical insurance policy. Who is it available to?

– When working in the CHI system, the interests of three parties coincide: the state, patients and doctors. The state takes care of the health of the nation, patients receive free access to high-tech care, a medical organization – monetary reward, social approval and gratitude from patients.

Therefore, we included in the compulsory medical insurance program of the Russian Federation everything we could, and thus achieved the minimization of the cost of treatment for patients.

And often we are ready to provide additional free services even without compensation from the CHI fund, just to prolong the patient's life, if they don't have money for treatment and they trust us. It's trust that is the basis of the right relationship between doctor and patient, especially in oncology. This approach sets us apart from most commercial healthcare organizations. This is important for me as a doctor.

– On the website of the clinic, you can find video materials describing confirmed cases of cure of stage IV cancer with metastases. With all the progress of modern medicine, this is a rare case, isn't it?

– Such cases have been described in the world, but it should be noted that as immuno-oncology develops, they become more and more often. Until 2010, several hundred such cases were described in the entire history of observation. And at the last congresses they are reported regularly. Previously, such a report caused a sensation, since the fact itself was considered, in general, impossible. And even now this case is still out of the ordinary. Stage 4 cancer is considered a controlled disease by modern medicine, but not curable.

However, in our practice, we observe the opposite: in a whole group of our patients, metastases have decreased several times, and in some they even disappeared, the state of

health has become fundamentally different. Since all patients are under constant supervision, it would be more correct to talk not about a cure from cancer, but about achieving a complete "response" to treatment and stable remission.

All this is strictly documented. We do video interviews in which our patients talk about their achievements in the fight against cancer. We will publish data on these successes in reputable scientific journals, we will prepare a report for the Russian oncology congress. We share our experience, we don't hide our methods. And we believe that we need to unite efforts for the benefit of patients!

– Which countries are leading in the fight against cancer, this "plague of the 20th century," which has not particularly weakened its claw in the 21st century? Is our country one of them?

– Surgical technique in cancer treatment in Russia is traditionally strong. In some areas of oncosurgery, Russia is undoubtedly a leader, for example, in eye oncopathologies. Nowadays, the state is doing a lot to ensure that Russian oncology develops in step with world trends in other areas as well. The lion's share of modern medicines is now available in Russia, radiotherapy and nuclear medicine are actively developing. Often, we are approached by patients from foreign countries, where citizens do not have wide access to modern drug therapy within the framework of health care systems. When communicating with them, it is very clearly visible what development Russian oncology has achieved. For us, the use of modern drug therapy has become the norm. We do not always see such a rich arsenal of means in foreign patients, but this does not prevent us from effectively working with them. The results we achieve make us attractive in the global medical services market.

– In one of your interviews, you said that you are striving to make Onco.Rehab one of the world's leading centers of competence in integrative oncology. What do you mean by this concept?

- We mean the following elements:
- the highest quality of competencies and professional expertise in cancer treatment;
 - a strong team of oncologists of various specializations, who are active in medical and scientific activities;
 - development of innovative techniques such as CAR-T-therapy, alpha-emitter therapy, etc.;
 - a developed network of branches both in Russia and abroad.

Ultimately, we want to become a center of attraction where patients should go even from the most remote corners of the globe!

Interviewed by Elena Alexandrova

«Первый печатный двор»: СТРЕМИМСЯ БЫТЬ ПЕРВЫМИ!

В 1282 году впервые в истории были использованы водяные знаки: производители бумаги из итальянской Болоньи с их помощью хотели сделать свой товар отличным от конкурентных. С тех пор история защиты полиграфической продукции вместила много интересных страниц. Развивалась она небыстро, ведь в XIII веке в Европе ещё не слышали про бумажные деньги, давно ходящие в Китае, а марки изобрели и вовсе лишь в XIX столетии. Но появившись, и они, и ценные бумаги, и паспорта, а много позже и банковские карты потребовали защиты от подделок. Однако нашим предкам, придумавшим с этой целью немало хитростей, конечно, и присниться не могло техническое совершенство, применяемое в данной сфере сегодня. Об этом и многом другом нам рассказал генеральный директор компании «Первый печатный двор» Виктор Жуков.



– Виктор, на чём специализируется ваша компания? Как давно она на рынке?

– ООО «Первый печатный двор» – российское полиграфическое предприятие, изготовитель защищённой от подделки полиграфической продукции.

В 2018 году, по финансовым показателям Росстата, компания вошла в число лучших по виду деятельности и была представлена к национальной награде «Лидер отрасли».

Компания является членом ТПП РФ, а в 2018-м мы стали победителем конкурса «100 проектов под патронатом Президента ТПП РФ».

Более 20 лет мы специализируемся на разработке и изготовлении удостоверений личности, ID-документов, бланков ценных бумаг, бланков различных лицензий и сертификатов, пластиковых карт, в том числе банковских. Производим и продукцию, необходимую для допуска транспортных средств и водителей к участию в дорожном движении, различные защитные наклейки, марки контроля подлинности, марки качества, входные билеты, подарочные сертификаты и другие документы строгой отчётности.

– Должно быть, работа в столь серьёзной сфере требует всевозможных допусков, лицензий, разрешений?

– Наша компания имеет все необходимые для работы разрешительные документы: лицензии ФНС России, Центра по лицензированию, сертификации и защите государственной тайны ФСБ России, УФСБ России по городу Москве и Московской области, ФСТЭК России; сертификаты и свидетельства национальной платёжной системы «Мир», ДИТ г. Москвы. Система менеджмента качества ООО «Первый печатный двор» сертифицирована согласно требованиям ISO 9001 и CQM.

– Какова ваша производственная база?

– Компания располагает собственным производством оптических защитных

элементов. Голографическая продукция изготавливается в виде самоклеящихся этикеток, голографического страйпа, фольги горячего тиснения и голографического ламината. Применение этих элементов позволяет создать комбинированный продукт, максимально защищённый от подделки.

Высокое качество продукции гарантируется до совершенства отлаженным технологическим процессом, использованием brand new современного оборудования и опытом высококвалифицированного персонала.

– Каковы области применения защитных голограмм?

– Защита документов, маркирование продукции, контроль вскрытия, пломбирование.

В отличие от многих других производителей, использующих технологии Dot-matrix, мы специализируемся на изготовлении мастер-матриц методом электронно-лучевой литографии (E-Beam). Этот метод записи голографического изображения позволяет максимально реализовать защитную функцию голограммы на уровнях контроля от потребительского до экспертного. Помимо визуально привлекательного дизайна, наши голограммы имеют различные оптические эффекты, элементы высокого разрешения, микро- и нанотексты, скрытое приборосчитываемое изображение.

Наши дизайнеры и технологи разрабатывают дизайн-макеты персонально для каждого клиента, в соответствии с пожеланиями и фирменным стилем заказчика, подбирая необходимый защитный комплекс и оригинальное художественное оформление, а предлагаемые нами голографические элементы послужат не только для комплексного предотвращения фальсификации и подделки продукции, но и для повышения престижа бренда.

– И конечно, важную часть вашей работы составляет выполнение госзаказов?

– Возможность исполнять сложные и объёмные государственные заказы – один из показателей высокого уровня исполнителя. Только с 2015 года «Первый печатный двор» являлся поставщиком по 450 государственным контрактам.

В стране полным ходом идёт переход на цифровую экономику, и наша компания активно участвует в процессе. Мы изготавливаем ID-документы, бланки с технологией RFID, с машиносчитываемыми элементами. К таким элементам относятся магнитные, микропроцессорные, голографические, графические и другие носители (штрихкоды, QR-коды), позволяющие записывать, хранить и передавать информацию, которая содержится на данных носителях в закодированном виде, считывается и раскодируется с использованием устройств со специальным программным обеспечением.

В 2012 году «Первый печатный двор» запустил собственное производство смарт-карт, являясь одним из основных изготовителей универсальной электронной карты.

Производство полного цикла позволяет изготавливать карты с контактным, бесконтактным и дуальным интерфейсами, магнитной полосой и уникальными средствами визуальной и цифровой защиты. Ассортимент нашей продукции включает идентификационные, платёжные, транспортные карты, электронные пропуска, а также ключевые носители.

Использование материалов от лучших поставщиков даёт возможность получить продукцию с повышенной износостойкостью и долговечностью. При этом карты допускают применение различных методов графической персонализации (лазерное гравирование, ретрансферная и струйная печать). Мы не только носим название «Первый печатный двор», мы стремимся быть первыми!

**Подготовила
Елена Александрова**

First Print Yard: STRIVING TO BE NUMBER ONE!

It was 1282 when watermarks were first used: manufacturers of paper from Bologna, Italy, used them to distinguish their products from those of their competitors. Since then, the history of printing protection has accumulated many interesting pages. It developed not so quickly, because in the XIII century Europe had not yet heard of paper currency which was used in China, while stamps were invented only in the XIX century. But when they appeared, both banknotes and securities, passports and, much later, bank cards required protection against forgery. Our ancestors who invented many tricks for this purpose could not have dreamed of the technical excellence which is applied in this sphere today. Victor Zhukov, Director General of First Print Yard LLC, told us about this and much more.



– Mr. Zhukov, what does your company specialize in? How long has it been on the market?

– First Print Yard LLC is a Russian printing company, a manufacturer of secure, counterfeit-proof printed products.

In 2018, according to financial indicators from Rosstat, the company ranked among the best by type of activity and was presented with the Industry Leader national award.

The company is a member of the Chamber of Commerce and Industry of the Russian Federation, and in 2018 we became the winner of the 100 Projects under the Patronage of the President of the Chamber of Commerce and Industry of the Russian Federation competition.

For more than 20 years, we have been specializing in the development and production of identity cards, ID-documents, security forms, various license and certificate forms, and plastic cards, including bank cards. We also produce products necessary for the admission of vehicles and drivers to road traffic, various protective stickers, authenticity control stamps, quality stamps, admission tickets, gift certificates and other documents of strict reporting.

– Working in such a demanding field must require all sorts of permits, licenses and approvals.

– Our company has all the necessary permits for work: licenses from the Federal Tax Service of Russia, the Centre for Licensing, Certification and Protection of State Secrets of the Federal Security Service of Russia, the Federal Security Service of Russia for Moscow City and the Moscow Region, the FSTEC of Russia; certificates and approvals from the national payment

system “Mir”, DIT of Moscow. The quality management system of First Print Yard LLC is accredited in accordance with ISO 9001 and CQM.

– What is your production base like?

– The company has its own production of optical protective elements. Holographic products are manufactured in the form of self-adhesive labels, holographic strips, hot stamping foil and holographic laminated sheets. The use of these elements makes it possible to make a combined product with maximum protection against counterfeiting.

High quality of our products is guaranteed by the perfectly coordinated production process, the use of brand-new equipment and the experience of our highly qualified staff.

– What are the areas where security holograms are used?

– Document protection, product marking, tamper evidence, sealing.

Unlike many other manufacturers who use Dot-matrix technology, we specialize in the production of the master matrix using the electron-beam lithography (E-Beam) method. This method of holographic image recording maximizes the protective function of the hologram at control levels from consumer to expert. In addition to their visually appealing design, our holograms have a range of optical effects, high-resolution elements, micro- and nano texts, and a discreet device-readable image.

Our designers and technologists develop design layouts personally for each client, according to the wishes and brand identity of the customer, selecting the necessary protective complex and original decorative design, and our holographic elements will

serve not only to prevent counterfeiting and forgery of products, but also to enhance the prestige of the brand.

– And of course, an important part of your work is fulfilling government contracts...

– The ability to fulfil complicated and voluminous state orders is one of the indicators of the high-level of a performer. Since 2015 alone, First Print Yard LLC has been a supplier to 450 government contracts.

The transition to the digital economy is in full swing in the country, and our company is actively involved in the process. We produce ID documents, forms with RFID technology, with machine-readable elements. Such elements include magnetic, microprocessor, holographic, graphic and other media (barcodes, QR codes) which allow recording, storing and transmitting information contained on these media in encrypted form, which is read and decrypted using devices with special software.

In 2012, First Print Yard launched its own production of smart cards, being one of the main manufacturers of the universal electronic cards.

Full-cycle production allows us to produce cards with contact, contactless and dual interface, magnetic stripe and unique means of visual and digital protection. Our product range includes ID cards, payment cards, transport cards, e-passes and key carriers.

Using materials from the best providers makes it possible to obtain products with enhanced durability and longevity. Moreover, we can apply various methods of graphic personalization (laser engraving, retransfer and inkjet printing). We do not just carry the name “First Print Yard” – we strive to be number one!

Prepared by Elena Alexandrova



Денис Назаров,
«Деловая Россия»:

«Против кризиса бизнес-сообщество выступило консолидированным фронтом!»

Общественным объединениям в период пандемии и вызванного ею глобального кризиса досталась непростая, но крайне значимая роль: доносить до государства неотложные нужды общества, чтобы, насколько возможно, выровнять ситуацию, не допустив её усугубления. Это в полной мере касается и бизнес-объединений. О том, как проходил этот процесс в Московском регионе, нам рассказал руководитель московского регионального отделения «Деловая Россия» Денис Назаров.

– Денис Андреевич, вы являетесь не только президентом ряда компаний, но и председателем московского регионального отделения общероссийской общественной организации «Деловая Россия», объединяющей предпринимателей несырьевого сектора экономики. Не прошло и года с начала вашей работы в этой должности, как пришлось столкнуться с ситуацией, вызванной коронакризисом, в которой большинству членов организации потребовалась деятельная помощь. И «Деловая Россия» сразу же начала эту помощь оказывать, например, при составлении списка пострадавших отраслей или системообразующих предприятий. Расскажите, какую работу вы сумели проделать в самом начале кризиса, в марте-апреле 2020 года, чтобы поддержать бизнес в этой крайне непростой ситуации?

– Фактор времени тут был решающим. Наблюдая, как развиваются события в Европе, мы заранее начали прорабатывать меры поддержки бизнеса в случае введения полного или частичного карантина. С начала марта нами проводились заседания профильных отраслевых комитетов тех отраслей, которые прогнозируемо могли пострадать от пандемии. В результате к моменту введения в столице режима самоизоляции нами были сформированы списки отраслей, которые неизбежно пострадали бы от ограничительных мер, оценены убытки компаний и потенциальный рост безработицы, для каждой отрасли выработаны наиболее актуальные меры поддержки. Эти документы были переданы как в федеральную «Деловую Россию» для формирования общероссийской позиции бизнеса, так и непосредственно в органы московской и федеральной исполнительной власти.

– Чем лично вам запомнился этот период?

– На первое место я бы поставил солидарность, проявленную московским и российским бизнесом. В кризис иной раз случается, что каждый действует по принципу: «Спасайся кто может!» В этот раз было не так. Предприниматели сразу же поняли, что проблемы у них общие, и выступали консолидированным фронтом как при выработке позиций бизнес-сообщества по повестке этого сложного периода, так и в отношениях B2B. Поставщики не выкручивали руки сетям, и наоборот. Контрагенты шли на максимальные уступки при организации поставок, сдвигали их сроки, соглашались на оплату в рассрочку, изменения графика платежей и т. д. То же относится к арендаторам и арендодателям. Были и обратные примеры, но очень мало!

– Какой процент ваших предложений по поддержке предпринимателей Московского региона был принят? Каковы самые важные, на ваш взгляд, из этих мер?

– Из наших предложений реализовано чуть более половины, и это отличный показатель для такой ситуации. Конечно, ряд из реализованных предложений относится к тем, которые в той или иной форме выдвигали все деловые объединения, так как это были абсолютно естественные шаги в той ситуации: отсрочка по налогам, мораторий на проверки, льготные кредиты. Если говорить о наших инициативах, выдвинутых конкретно «Деловой Россией Москвы», то это прежде всего неповышение кадастровой стоимости в 2020 году мэрией Москвы (по ней считается налог на недвижимость), а также мораторий на подтверждение звёздности гостиниц (затратная для отелей процедура, которую ещё и невозможно было пройти по объективным причинам) и льготы для арендодателей, снизивших аренду для компаний МСП.

– А какие из важных ваших предложений остались нереализованными? В силу каких обстоятельств?

– Наверное, это то, что меры поддержки всё же оказывались по ОКВЭД. Мы призывали ориентироваться на другие показатели, например на снижение выручки. Но был оставлен список ОКВЭД, что лишило многие компании доступа к поддержке. Однако мы понимаем: государство делало всё в рамках доступных возможностей, были объективные финансовые ограничения на объёмы помощи бизнесу.

– Рабочая группа по выработке антикризисных мер поддержки МСП при Департаменте предпринимательства и инновационного развития, созданная по вашей инициативе, также внесла свой вклад в смягчение удара коронакризиса по бизнесу. Расскажите об этой работе.

– Сама идея создания такой группы родилась после ряда вебинаров ДПиИР с «Деловой Россией Москвы». Естественно, мы такой формат поддержали и приняли активное участие в данной работе. В рамках этой рабочей группы родился совершенно новый формат общения власти Москвы и столичного бизнеса. Было создано почти тридцать подгрупп по всем ключевым отраслям экономики города, которые работали практически в круглосуточном режиме, общаясь также через мессенджеры. За счёт такой открытости московской власти была достигнута необходимая в той ситуации оперативность принятия и корректи-

ровки решений. Этот фактор помог столице преодолеть кризис с минимальными потерями.

– В разгар пандемии московская «Деловая Россия» запустила проект «Бизнес – бизнесу», объединив и растиражировав практики взаимопомощи между предпринимателями. Как это работает?

– Мы давно ориентированы на развитие B2B-коммуникаций внутри организации. Во время самой острой фазы режима самоизоляции и родилась идея этого проекта. Суть – в предоставлении партнёрских скидок на поставки товаров и услуг для членов «Деловой России Москвы».

На данный момент проект «Бизнес – бизнесу» трансформирован в клубную карту «Деловой России Москвы», которая обеспечивает нашим членам как систему скидок на товары и услуги B2B, так и дополнительный набор сервисов.

– С начала кризиса в вашем Центре правовой поддержки бизнеса работает горячая линия. Это позволяет вам трезво оценить положение в разных сферах бизнеса спустя почти год с начала пандемии. Много ли потеряно безвозвратно? Какие сферы оказались отброшены далеко назад, а какие (ведь и такие есть) существенно продвинулись?

– Сейчас полным ходом идёт вакцинация, большинство ограничений в Москве и регионах снято. Но, безусловно, есть отрасли, пострадавшие сильнее других, и восстанавливаются они медленнее. В целом они перечислены в недавнем постановлении правительства РФ, которое утвердило новую программу льготного кредитования «ФОТ 3.0». Это туризм, гостиничный и ресторанный бизнес, компании из сферы культуры, спорта и развлечений.

Есть и те, кто заработал. Например, фармацевтические компании. Спрос на всю линейку лекарств вырос на порядок. Серьёзный рост служб доставки и интернет-торговли виден всем. А ИТ-компании в большинстве своём безболезненно прошли кризис.

– Видите ли вы какие-то положительные моменты во влиянии нынешнего кризиса на бизнес-среду?

– Любый кризис – для кого-то трагедия, а для кого-то время новых возможностей. В целом в кризисы происходит массовое очищение рынка от непрофессиональных, слабых и случайных игроков. Те, кто выживает, становятся сильнее. Это объективный процесс.

– Никогда не жалели, что встали у руля МРО «Деловая Россия» в такой

драматичный и ответственный момент? Что лично вам показалось самым тяжёлым за время пребывания на этом посту? А какой самый светлый момент можете вспомнить?

– Сожаление – чувство, в бизнесе лишнее. В своё время я принял эту ответственность, и мой долг – работать в команде «Деловой России Москвы» и помогать ей проходить любые испытания! В принципе не хотелось бы заострять внимание на трудностях. Хорошо, что мы успешно их преодолеваем. Главное в жизни – при столкновении с проблемами никогда не унывать и не опускать руки. И всё в итоге будет хорошо. У нас один вариант движения: только вперёд!

А положительных и ярких моментов у нас много. Из последних хочу отметить создание хоккейной команды нашего отделения! Мы уже провели первые тренировки. Позже перейдём к товарищеским матчам, а дальше, кто знает, возможно, заявимся в одну из любительских хоккейных лиг.

– Рано или поздно пандемия пойдёт на спад, мир постепенно вернётся к обыденной жизни. Но, как говорят, она уже никогда не будет прежней. Можно ли предположить, что именно ушло в прошлое в жизни бизнеса Московского региона?

– Пожалуй, главное последствие пандемии – перераспределение пассажиропотоков. Сегодня часть компаний работает по удалённому принципу, многие уже заявили, что будут сохранять удалённые или гибридные, с частичным присутствием в офисе, форматы работы. Соответственно, больше людей перестало ежедневно посещать центр, а активность в спальных районах столицы, напротив, повысилась. Этот тренд сохранится как минимум на несколько лет, а если удалённые форматы работы докажут эффективность в длительном отрезке времени в ряде отраслей, то он останется с нами навсегда и существенная часть покупательского спроса переместится из центра города на окраины.

– Какие вопросы в сфере поддержки предпринимательства будут актуальны завтра?

– Скоро будет достигнут коллективный иммунитет и жизнь – хоть, возможно, и с рядом ограничений – вернётся в привычный формат. А значит, приходит время думать об экономическом росте. И меры поддержки бизнеса должны работать на эту цель: масштабирование бизнеса, модернизацию производств, лендинг технологий, поддержку экспорта, строительной отрасли и других мультипликативных отраслей.



Denis Nazarov, Delovaya Rossiya: **“The business community has stood up to the crisis as a consolidated front!”**

During the pandemic and the resultant global crisis, public associations faced a complicated but essential role to play: to convey urgent societal needs to the state in order to level out the situation as much as possible, without letting it worsen. This also applies to business associations to the fullest extent. Denis Nazarov, Head of the Moscow regional branch of Delovaya Rossiya, told us how this process took place in the Moscow region.

– Mr. Nazarov, you are not only the president of a number of companies, but also the chairman of the Moscow regional branch of the Delovaya Rossiya all-Russian public organization which unites entrepreneurs of the non-resource sector of the economy. Hardly a year since you began working in this position, you had to face a situation brought on by the corona crisis, in which most of the members of the organization needed active help. Delovaya Rossiya started to provide this assistance immediately, for example, by establishing

the list of affected industries or systemically important companies. Tell us about the work you did at the very beginning of the crisis, in March-April 2020, to support business in this very difficult situation?

– The time factor was decisive. Having observed the way events were developing in Europe, we started working in advance on measures to support business in the case of total or partial quarantine. Since the beginning of March, we have held meetings of industry-specific committees in those sectors which were predicted to

be affected by the pandemic. As a result, by the time the self-isolation regime was introduced in the capital, we had compiled lists of industries which would definitely be affected by the restrictive measures, evaluated the losses of companies and the potential increase in unemployment, and for each industry we worked out the most urgent support measures. These documents were sent both to the federal Delovaya Rossiya to form a nationwide position for business, and directly to the Moscow and federal executive authorities.

– What was memorable about this period for you personally?

– In the first place, I would put the solidarity shown by both Moscow and Russian business. In a crisis, sometimes it happens that everyone acts according to the principle: “Run for your life!” This was not the case this time. Entrepreneurs understood at once that they have common problems, and acted as a consolidated front both in developing the position of the business community on the agenda of this difficult period, and in B2B relations. Suppliers did not “twist the arms” of the chains and vice versa. The counterparties made maximum concessions in organizing deliveries, shifting deadlines, agreeing to payment in instalments, altering the payment schedule, etc. The same applies to tenants and landlords. There have been some negative examples, but very few!

– What percentage of your proposals to support entrepreneurs in the Moscow region have been adopted? What are the most important, in your opinion, of these measures?

– Just over half of our proposals have been implemented, which is an excellent indicator for such a situation. Of course, a number of the implemented proposals are among those that in one form or another were put forward by all business associations as these were absolutely natural steps in this situation: tax postponement, moratorium on inspections, preferential loans. If we talk about our initiatives put forward specifically by Delovaya Rossiya Moscow, it is primarily the non-increase of the cadastral value in 2020 by the mayor’s office of Moscow (the real estate tax is calculated by it), and also the moratorium on confirming the stars rating of hotels (a very expensive procedure for hotels, which was also impossible to pass for objective reasons) and benefits for landlords who reduced rent for SME companies.

– Which of your important proposals have not been implemented? Due to what circumstances?

– Probably the fact that support measures were still provided according to OKVED. We urged to focus on other indicators, for example on the reduction of revenues. But the OKVED list was retained, which deprived many companies of access to support. However, we understand that the government did everything possible, and there were objective financial limitations on the amount of aid to business.

– The working group for developing anti-crisis measures to support SMEs under the Department of Entrepreneurship and Innovative Development, created at your initiative, also contributed to the mitigation of the impact of the corona crisis on business. Tell us about this work.

– The very idea of creating such a group was born after a series of webinars between DPIIR and Delovaya Rossiya Moscow. Naturally, we

supported this format and took an active part in this work. As part of this working group, there was formed an entirely new communication format between the Moscow authorities and the business community in the capital. Almost thirty subgroups were formed in all the key sectors of the city’s economy, which worked practically around the clock, communicating also via messengers. Due to such openness of the Moscow authorities, we were able to achieve the efficiency of decision-making and adjustments required in that situation. This factor helped the capital to overcome the crisis with minimal losses.

– In the midst of the pandemic, the Moscow-based Delovaya Rossiya has launched the Business-to-Business project, uniting and promoting mutual aid practices among entrepreneurs. How does it work?

– We have long focused on developing B2B communications within the organization. The idea for this project was born during the most acute phase of the self-isolation regime. The essence is to provide partner discounts on the supply of goods and services for members of Delovaya Rossiya Moskva.

At the moment, the Business-to-Business project has been transformed into the Delovaya Rossiya Moscow membership card, which provides our members with both a system of discounts for B2B goods and services, and an additional set of services.

– Since the outbreak of the crisis, your Centre for Legal Business Support has been running a hotline. This allows you to make a sober assessment of the situation in different business areas after almost a year since the start of the pandemic. How much has been irrevocably lost? Which areas have been set back and which, I think they do exist, have made significant headway?

– Vaccination is in full swing now, and most of the restrictions in Moscow and the regions have been lifted. But, of course, there are some sectors which have suffered more than others, and they recover slower. In general, they are listed in the recent resolution of the Russian government, which approved the new programme of preferential lending “FOT 3.0”. These are tourism, hotel and restaurant businesses, companies from the cultural, sports and entertainment sectors.

There are also those who have made a profit. Pharmaceutical companies, for example. Demand for the entire range of medicines has grown by an order of magnitude. Serious growth in delivery services and online retailing is evident to all. IT-companies have, for the most part, passed through the crisis relatively smoothly.

– Do you see any positive aspects in the impact of the current crisis on the business environment?

– Any crisis is a tragedy for some, but for others it is a time of new opportunities. On

the whole, during a crisis there is a massive cleansing of the market of unprofessional, weak and accidental players. Those who survive become stronger. This is an objective process.

– Have you ever regretted that you took over the helm of Delovaya Rossiya at such a dramatic and crucial time? What did you personally find most difficult during your time in that position? And what was the best moment you can recall?

– Regret is an unnecessary sentiment in business. Once I accepted this responsibility, and it is my duty to work in the Delovaya Rossiya Moscow team and help it to pass whatever challenges it faces! In principle, I would not like to focus on the difficulties. It is good that we are successfully overcoming them. The main thing is to never get discouraged or give up when faced with problems. Then everything will be all right in the end. We have one way to move ahead: just ahead!

And we have a lot of positive and brilliant moments. The most recent one is the creation of our department’s hockey team! We have already had our first training sessions. Later we will move on to friendly matches, and then, who knows, maybe we will enter one of the amateur hockey leagues.

– Sooner or later the pandemic will subside, the world will gradually return to normal. But, as they say, it will never be the same again. Is it possible to guess what exactly has become a thing of the past in the life of business in the Moscow region?

– Perhaps the main consequence of the pandemic is the redistribution of passenger flows. Today, some companies work remotely, and many have already announced that they will retain remote or hybrid, part-time presence in the office, formats of work. Consequently, more people have stopped visiting the city center on a daily basis, and in contrast, activity in the capital’s dormitory districts has increased. This trend will continue for at least a few years, and if remote working formats prove effective over the long term in a number of sectors, it will stay with us forever and a significant part of customer demand will move from the city center to the periphery.

– What business support issues will be relevant tomorrow?

– Collective immunity will soon be achieved and life – albeit with a number of limitations – will return to a familiar format. This means that the time has come to think about economic growth. And business support measures should work towards this goal: scaling up business, modernizing production facilities, technology lending, supporting exports, the construction industry and other multiplicative industries.

По оценкам экспертов, коронавирус открыл для рынка IT новые горизонты, сняв многие существовавшие ограничения. У крупных российских компаний появилась высокая потребность в ресурсном аутсорсинге. О том, как важна скорость в этой сфере и почему грамотная команда – одна из самых важных составляющих успеха, нам рассказал Арсений Федоткин, управляющий партнёр группы компаний Selecty.

Арсений Федоткин:



«IT-аутсорсинг – это возможность привлекать значительные ресурсы на горящие проекты уже сейчас»

– Selecty – крупнейшее рекрутинговое агентство в России, специализирующееся на подборе IT-специалистов любого уровня. При этом несколько лет назад компания заняла устойчивую позицию в сфере ресурсного IT-аутсорсинга и разработки программного обеспечения. Как вам так быстро удалось достичь столь высоких результатов?

– Во многом потому, что мы одними из первых выбрали IT-направление в качестве основного. В тот момент мало кто рассчитывал на такой расцвет цифровизации, хотя уже тогда было очевидно, что IT-технологии «рулят» и будут набирать обороты.

В наш перечень секретов успеха также можно включить скорость. Без преувеличения, мы самые быстрые в тех направлениях, в которых работаем, это касается и ресурсного аутсорсинга.

Не обошлось и без стандартных инструментов: заняв позицию лидеров нам помогли автоматизация бизнес-процессов и строгие KPI. Кроме того, у нас своя «кузница кадров», настоящая школа Selecty. Всего за несколько лет практически с нуля мы вырастили десятки блестящих руководителей, способных самостоятельно формировать команды и эффективно ими управлять, передавая знания и мотивируя нашу талантливую молодёжь.

– По оценкам экспертов, рост спроса на аутсорсинговые услуги спровоциро-

вал кризис 2008 года. Насколько сегодня востребованы эти услуги? Подстегнул ли локдаун спрос на аутсорсинг?

– Любая кризисная ситуация, как правило, становится стимулом прогресса. Кризис 2008 года не исключение. А локдаун и вовсе возвёл в культ развитие IT-технологий. При этом в США, Европе и Азии услугами ресурсного IT-аутсорсинга давно и активно пользуются многие крупные корпорации. Постепенно и российские компании, особенно работающие на высококонкурентных рынках, оценили дополнительные возможности, которые открывает ресурсный IT-аутсорсинг.

– Развитие аутсорсинга и IT-технологий всё сильнее привлекает руководителей бизнеса, но какие именно проблемы он позволяет закрывать? Какие преимущества Selecty помогают вашим партнёрам начать сотрудничество?

– В первую очередь ресурсный IT-аутсорсинг – это возможность привлекать значительные ресурсы на горящие проекты уже сейчас. Переход на аутсорсинг обеспечивает гибкость и минимизацию рисков. Ещё одним бонусом этого решения является оптимизация штатного расписания.

К основным преимуществам нашей компании как раз относятся скорость и возможность вывода более 30 IT-специалистов в месяц, а также прозрачность ценообразования Cost + Fee и возможность выкупа специалистов в штат. Кроме того,

наши партнёры ценят абсолютную гибкость и индивидуальный подход, которыми отличаются консультанты Selecty.

– Цифровая трансформация требует подбора квалифицированного персонала. Трудно ли сегодня найти подходящие кадры? Как заполучить профессионалов? Расскажите в целом о команде консультантов Selecty: как им удаётся справиться с самыми сложными задачами?

– Наша команда консультантов – ещё один ключ к успеху. У нас практически нет текучки, зато осознанный карьерный рост считается нормой. К нам приходят и остаются те, кто настроен на результат, высокий доход, командную работу, постоянное развитие и масштабирование достигнутого. Мы заинтересованы в том, чтобы двигаться вперёд, не теряя темпа. При этом количественные показатели ни при каком раскладе не должны ущемлять качественные.

В нашей «обойме» лучшие специалисты по подбору. Общие принципы соблюдают все, от руководителей до новичков. Прежде всего это клиентоориентированность, ответственность, организованность и внимание к деталям. Ещё одной «суперсилой» нашей команды является отсутствие офисного планктона. Иначе говоря, ленивые и неторопливые у нас не задерживаются. Может быть, поэтому компания уже семь лет подряд ежегодно увеличивается в 2-3 раза.

Arseniy Fedotkin:

“IT outsourcing is an opportunity to attract significant resources for burning projects right now”



According to experts, the coronavirus has opened new horizons for the IT market, removing many of the existing restrictions. Large Russian companies have a high demand for resource outsourcing. Arseniy Fedotkin, Managing Partner of Selecty Group, told us about the importance of speed in this area and why a competent team is one of the most important components of success.

– Selecty is the largest recruiting agency in Russia, specializing in the selection of IT specialists of any level. At the same time, several years ago the company took a strong position in the field of resource IT outsourcing and software development. How did you manage to achieve such high results so quickly?

– Largely because we were one of the first to choose the IT direction as the main one. At that moment, few people hoped for such a flourishing of digitalization, although even then it was obvious that IT technologies “rule” and will gain momentum.

Speed can also be included in our list of success secrets. Without exaggeration, we are the fastest in the areas in which we work, this also applies to resource outsourcing.

We also use standard tools: automation of business processes and strict KPIs helped us to take the leading position. In addition, we have our own “personnel forge”, a real Selecty school. In just a few years, practically from scratch, we have raised dozens of brilliant leaders who are able to independently form teams and manage them effectively, transferring knowledge and motivating our talented youth.

– According to experts, the 2008 crisis provoked the growth in demand for outsourcing services. To what extent are these

services in demand today? Has the lockdown spurred the demand for outsourcing?

– Any crisis situation, as a rule, becomes a stimulus for progress. The 2008 crisis is no exception. And the lockdown brought the development of IT technologies into a cult. At the same time, many large corporations have been actively using the services of resource IT outsourcing in the USA, Europe and Asia for a long time. Gradually, Russian companies, especially those operating in highly competitive markets, appreciated the additional opportunities that resource IT outsourcing opens up.

– The development of outsourcing and IT technologies is increasingly attracting business leaders, but what problems does it allow to solve? What are the benefits of Selecty to help your partners get started?

– First of all, resource IT outsourcing is an opportunity to attract significant resources for burning projects right now. The shift to outsourcing provides flexibility and minimization of risks. Another bonus of this solution is the optimization of the staffing table.

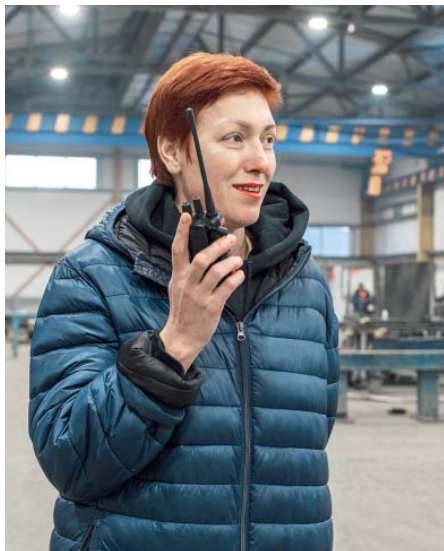
The main advantages of our company are the speed and the possibility of withdrawing more than 30 IT specialists per month, as well as the transparency of Cost + Fee pricing and the possibility of buying out specialists into the state. In addition, our partners value

the absolute flexibility and personalization of Selecty’s consultants.

– Digital transformation requires the selection of qualified personnel. Is it difficult to find suitable personnel today? How do you get professionals? Tell us about the Selecty consultancy team in general: how do they manage to cope with the most difficult tasks?

– Our team of consultants is another key to success. We have practically no turnover, but conscious career growth is considered the norm. Those who come to us and remain committed to results, high income, teamwork, continuous development and scaling of what has been achieved. It is interesting for us to move forward without losing the pace. At the same time, quantitative indicators under no circumstances should infringe on qualitative ones.

The best specialists in the selection and recruitment are in our “clip”. The general principles are followed by everyone, from executives to newcomers. First of all, this is customer focus, responsibility, organization and attention to details. Another “superpower” of our team is the absence of the so called “office plankton”. In other words, the lazy and unhurried do not stay with us. Perhaps that is why the company has been increasing 2-3 times annually for seven years in a row.



Дина Рамазанова: «Назрела необходимость госрегулирования цен на металл для поддержки отечественной промышленности»

Пандемия затронула все отрасли экономики без исключения, в том числе металлургию. Некоторые предприятия приостановили свою деятельность в период нерабочих дней, многие заводы начали оптимизацию издержек, другие – объединились, чтобы пережить кризис вместе. О том, как «закалялась сталь» в условиях коронавируса, нам рассказала Дина Рамазанова, генеральный директор завода по производству металлоконструкций «Штальберг».

– Возможно ли дальнейшее развитие отрасли в условиях COVID-19?

– Следует понимать, что в металлообработке каждая стадия работы сопряжена как минимум с полугодовой подготовкой. Речь идёт о конструктивных расчётах, аналитике рынка, закупке дополнительного оборудования, профессиональной подготовке кадров и т. д. Поэтому вектор дальнейшего развития определит время.

Отечественные металлургические гиганты ориентируются на внешний рынок. Когда в мире возобновилось строительство объектов, возросла и потребность в металле. Соответственно, резко подорожала стоимость отпускной продукции. Так, в конце ноября большинство металлургических заводов в России анонсировали новые, более высокие цены на следующий год. И именно этот факт сильнее всего отразился негативно на отрасли.

– Какие категории товаров попали под раздачу в первую очередь?

– Абсолютно все: от мелких мастерских по производству лестниц до крупных автогигантов. Если рост цен продолжится, то под ударом окажется вся отрасль по строительству зданий из металлоконструкций: стоимость сравняется с возведением из железобетонных изделий. И восстановить этот сегмент промышленности будет крайне сложно из-за высоких затрат.

Экспортная ориентированность наших металлургических гигантов сильно влияет на стоимость продукции для внутреннего рынка, что ставит металлообработчиков в трудное положение: продавать продукцию за рубежом становится невыгодно. И если в 2020 году мы строили планы по выходу на европейский рынок, то сегодня это уже неактуально.

На мой взгляд, назрела необходимость внедрять госрегулирование цен на металл для поддержки отечественной промышленности и стимулирования экспортных составляющих.

ИСТОРИЯ КОМПАНИИ «ШТАЛЬБЕРГ»

2017 год

Команда специалистов создаёт компанию по проектированию промышленных зданий.

2018 год

С привлечением инвестиций в промышленном парке Татариново Ступинского района Московской области построен завод «Штальберг», оснащённый по последнему слову техники.

2019 год

Построен складской комплекс площадью 1500 м². Компания «Штальберг» пришла к полной независимости, предлагая клиентам весь цикл строительства: от проектирования до монтажа.

2020 год

Введено в эксплуатацию здание площадью 720 м² для реализации проекта «Город мастеров», закуплена техника для развития строительного направления.

– Расскажите о совместной работе предприятий «Штальберг» и «Северсталь».

– С компанией «Северсталь» мы работаем над внедрением нового продукта – оцинкованной стали, несущая способность которой выше, чем у традиционно используемой на российском рынке. «Старый» материал имеет меньшую несущую способность, соответственно, при проектировании его необходимо использовать в большем количестве. Новый продукт позволит снизить металлоёмкость здания, что уменьшит стоимость для конечного потребителя на 5-7%, а для нашей отрасли это серьёзные цифры.

Внедрение нового продукта – процесс непростой. Я думаю, для массового потребителя материал станет доступным через 5-6 лет.

– Расскажите о проектах, запланированных на 2021 год.

– Будем строить гостиницу на Алтае, площадью две тысячи м², на 60 номеров. Благодаря технологиям объект появится в рекордно короткие сроки.

Горный Алтай – регион, который в условиях пандемии вызвал повышенный интерес у инвесторов в сфере туризма. Поэтому строительство быстровозводимых зданий из металлоконструкций там довольно актуально. Проект даёт нам возможность отвлечься от типовых, промышленных объектов и проявить наш творческий потенциал: совместно с архитектором и заказчиком мы работаем над идеями для внешнего вида гостиницы и комфортной среды проживания. Пока не буду раскрывать все секреты, но отмечу, что здания будем интегрировать в местный ландшафт для сохранения гармонии человека и природы.

– Ещё одно направление, в котором вы работаете, – возведение загородных домов в стиле барнхаус. В чём преимущества этого стиля?

– Есть возможность строить каркасные дома из промышленного ЛСТК-профиля, что позволяет добиться высокой надёжности. Неоспоримые преимущества здесь – сроки возведения, так как дома собираются по принципу «лего», и выгодная стоимость.

Также в этом году уже заключены контракты на большое количество складских и производственных помещений площадью от 1000 и более м². В этом направлении мы не новички, а профессионалы с большим опытом конструирования, производства и строительства. Надеемся на то, что наша основная деятельность, которая по достоинству оценивается заказчиками, сможет позволить нам реализовать все намеченные проекты.

Беседовала Юлия Юдина

Dina Ramazanova:

“There is a need for state regulation of prices for metal to support the domestic industry”

The pandemic has affected all sectors of the economy without any exception, including metallurgy. Some enterprises stopped their activity for the period of non-working days, many plants started cost optimization, others joined their efforts to survive the crisis together. Dina Ramazanova, CEO of the Stahlberg plant for the production of metal structures, told us on “how the steel was tempered” in the conditions of the coronavirus.

– Is further development of the industry possible under COVID-19?

– It is important to understand that in metalworking industry, every stage of work involves at least six months of preparation. This is about structural calculations, analysis of the market, procurement of additional equipment, professional training of personnel, etc. That is why the vector of further development will be determined by the time.

Domestic metallurgical giants are focused on the external market. When construction of facilities in the world resumed, demand for metal also increased. Consequently, the cost of products went up dramatically. Thus, at the end of November, most Russian metallurgical plants announced new, higher prices for the next year. And it was this fact which had the strongest negative impact on the industry.

– Which categories of goods “caught a stray fist”?

– Absolutely all: from small workshops producing ladders to the big automotive giants. If the price hikes continue, the whole industry of metal construction will come under pressure: the cost will become equal to that of reinforced concrete products. And this segment of the industry will be extremely difficult to recover because of the high costs.

The export focus of the Russian metallurgical giants greatly affects the prices for the products for the domestic market, which puts metal manufacturers in a difficult situation. It becomes unprofitable to sell their products abroad. In 2020 we made plans to enter the European market, today it is no longer relevant.

In my opinion, there is a need to introduce state regulation of prices for metal to support the domestic industry and stimulate export components.

– Tell us about the collaboration between Stahlberg and Severstal.

– We are working with Severstal to introduce a new product – galvanized steel, which has a higher load-bearing capacity than traditionally used on the Russian market. The “old” material has a smaller load-bearing capacity, so it has to be used in larger quantities

when projecting. The new product will reduce the metal intensity of the building, which will reduce the cost to the end user by 5-7%, and for our industry this is a serious figure.

Introduction of a new product is not an easy process. I think the material will become available to the public in 5-6 years.

– Tell us about the projects planned for 2021.

– We are going to build a hotel in Altai with an area of two thousand m² for 60 rooms. Thanks to technology, the facility will appear in record time.

Gorny Altai is a region, which in the conditions of pandemic has aroused an increased interest among investors in the field of tourism. Therefore, the construction of fast-mounted buildings made of steel structures is quite relevant there. The project gives us a chance to break away from the typical, industrial facilities and to show our creative potential: together with the architect and the client we are working on ideas for the appearance of the hotel and the comfortable environment. I will not give away all the secrets yet, but I will note that the buildings will be integrated into the local landscape to preserve the harmony of people and nature.

– Another area in which you work is the construction of country houses in the barnhouse style. What are the advantages of this style?

– It is possible to build frame houses from industrial light steel thin-walled structures, which allows you to achieve high reliability. The undeniable advantages are the timing of construction, as the houses are assembled according to the “Lego” principle, and the cost.

Also, this year we have already signed contracts for a large number of warehouses and production facilities with the area of 1000 m² and above. In this field we are not newcomers, but professionals with extensive experience in design, production and construction. We hope that our principal activity, which is appreciated by our customers, will enable us to implement all the projects we have planned.

The interview was taken
by Julia Yudina

THE STAHLBERG HISTORY

2017

A team of specialists establishes a company for design of industrial buildings.

2018

A state-of-the-art Stahlberg plant is built in the Tatarinovo Industrial Park in the Stupino district, the Moscow region, with the involvement of investment.

2019

The warehouse complex with an area of 1,500 m² is built. Stahlberg comes to full independence, offering customers the full construction cycle: from design to installation.

2020

A 720 m² building is commissioned for the “Town of Craftsmen” project and machinery is purchased for the development of the building sector.





«Хороший портной шьёт костюм так, что мы его носим «не замечая», словно собственную кожу», – сказал академик Дмитрий Лихачёв. Владелица известного в Екатеринбурге модного дома Rubleffka Таша Рублёва знает о пошиве именно таких костюмов всё! Ведь она ведёт успешный бизнес по созданию одежды делового стиля уже более 10 лет. О том, как работает модный дом Rubleffka в условиях глобального кризиса, мы и расспросили его руководителя.

Таша Рублёва, модный дом Rubleffka: «Каждый клиент для нас уникален!»

– Таша, сегодня вы являетесь владелицей модного дома Rubleffka, одоимённого бренда и мастерских по пошиву деловой одежды для мужчин и женщин. Но ведь и самый разветвлённый бизнес начинался с первого шага. А как и с чего начинали вы? И почему выбрали именно эту сферу? Какими были первые успехи, а может, и провалы?

– Компании в этом году исполнилось 10 лет: нельзя сказать, что мы взрослые, но и из детского возраста вышли. Мы юные! И конечно, за эти годы компания претерпевала изменения.

В этот бизнес я пришла совершенно случайно: никогда не мечтала стать дизайнером. Когда получала первое образование, техническое, познакомилась с представителями этой сферы, мне стало интересно, я поняла, что хочу развиваться именно в ней.

И я стремительно открыла своё ателье, на тот момент ещё абсолютно заурядное, очень маленькое. Но уже тогда, кстати, окна моего ателье в Екатеринбурге выходили на бутик «Шанель» и мне, подобно этому «соседу», хотелось делать что-то особенное для клиентов, ну и для себя. Потому что мы работаем ещё и для собственного удовлетворения – стимула к дальнейшему развитию. Потом мы переезжали, увеличивали площади, внедряли новые продукты; росло количество сотрудников. Сейчас Rubleffka оказывает клиентам услуги по индивидуальному пошиву и созданию гардероба для мужчин и женщин. Мы сотрудничаем с международными фабриками, являемся представителем крупных международных брендов, компаний-производителей.

Безусловно, сегодня мы фундаментально отличаемся от того, какими были на старте. Сначала было женское ателье, потом одна из клиенток попросила сделать костюм к мероприятию и для супруга. Так я поняла, что мне нравится работать с мужской одеждой. По первой профессии я технарь, и мужская одежда мне ближе: там всё просчитано.

– Какие принципы работы помогли вам завоевать доверие клиентов и послужили залогом успеха компании?

– Я очень ценю своих клиентов и стараюсь выстроить не только деловые, но и дружеские и доверительные отношения. С постоянными клиентами мы поздравляем друг друга с праздниками, приглашаем в гости, встречаемся за чашечкой кофе. Это не просто предоставление услуги, а совершенно другой уровень работы с людьми. Каждый клиент для меня уникален. Мы за 10 лет не повторили ни одного изделия, они абсолютно персонализированы и раскрывают личность человека. Всё невероятно индивидуально, я бы сказала!

Ещё один принцип – выбирать лучшее для клиента! Люди это чувствуют, благодарны и возвращаются к нам снова.

И последний принцип не только в работе, но и в жизни: я никогда не останавливаюсь и не устаю развиваться! Конечно, радуюсь нашим победам, но мне всегда их недостаточно. И этот же подход стараюсь привить сотрудникам. Нужно не просто подтверждать свой профессионализм, но и всё время приносить в него что-то новое.

Благодаря всему этому мы из заурядного ателье превратились в уникальную компанию, в которой собраны все изюминки портновского мастерства. Плюс у нас имеется своё производство и идёт сотрудничество с европейскими фабриками.



– Какие изделия и услуги предлагает клиентам Rubleffka?

– Мы работаем в трёх направлениях: это производство и изготовление женской и мужской одежды, продажа тканей. У нас имеется огромный выбор натуральных тканей от мировых брендов, работающих в элитном сегменте.

Если говорить о каком-либо бренде, даже высокосексном, он всё равно ограничен технологией изготовления, выбором ткани, подкладок и фурнитур, регламентированных головным офисом. Мы не ограничены ничем, работаем с большим количеством производителей, потому выбор у нас самый широкий. За счёт собственного производства мы можем делать уникальные вещи по запросу заказчика. Мы очень гибкие, можем предложить «ответ» на любой запрос, и клиенты это ценят.

– У вас своё производство в Екатеринбурге, однако до коронакризиса часть изделий под брендом Rubleffka создавалась по индивидуальным лекалам на фабриках Европы. Оттуда же вы получали материалы, фурнитуру. Как повлияла на эту схему пандемия? Как вообще переживает текущий кризис ваша компания? Какие антикризисные меры пришлось вам принять?

– Во время пандемии наличие своего производства буквально спасло нас, позволив не останавливаться ни на день. Я не работала только первые три дня, пытаюсь отойти от шока, потому что не могла поехать в свой московский офис и было непонятно, что делать. Но быстро взяла себя в руки. Часть оборудования мы перевезли к швеям, ездили на примерки на дом к клиентам, если не могли получить что-то с фабрик, отшивали на своём производстве. Если бы мы закрылись, трудно было бы всё восстановить, а клиенты в то тяжёлое время не смогли бы получить положительные эмоции. Англия не прекращала поставку тканей, хотя по срокам всё было дольше. Италию закрывали, но всё

же нам удавалось реализовать какие-то заказы. Мы договаривались с магазинами, и если нам нужна была фурнитура, то мы её получали. Везде важны отношения – как с клиентами, так и с поставщиками. Наш бутик в Екатеринбурге расположен в ТЦ в центре города, как и московский, он был закрыт, но арендодатели пошли нам навстречу, полностью отменив арендную плату, и это нас буквально спасло. В отличие от нашего московского арендодателя: столичный офис я была вынуждена закрыть. Конечно, очень обидно, но это стало правильным решением, принятым вовремя. Иногда нужно что-то обрубить, чтобы лучшее взросло в другом месте.

«Главное – не останавливаться!» – этот принцип был в полной мере применён нами в столь тяжёлое время.

Сейчас всё гораздо лучше и более-менее встало на свои места.

– До введения карантина в сфере бытового обслуживания, к которой относятся и ваши услуги, наблюдался рост спроса... А после выхода из режима строгой самоизоляции у многих дела идут, мягко говоря, неблестяще. Полгода назад в интернете гулял видеосюжет: молодой человек в строгом пиджаке, сидя перед ноутбуком, участвует в онлайн-конференции, а ниже обзора камеры на нём пижамные штаны и шлёпанцы... И кому, казалось бы, при таком раскладе нужны новые брюки?.. А какие тенденции замечаете вы по своему профилю?

– До пандемии наша аудитория приехала к радости от путешествий, новых покупок, ресторанов, гастрономических удовольствий. Всё это временно стало недоступным, но стремление к положительным эмоциям осталось. И мы стали их источником для многих!

Антикризисные меры сказываются на качестве тканей, и люди отнюдь не удовлетворены тем, что предлагают магазины. Они хотят сохранить высокий уровень, к которому привыкли, поэтому идут туда, где есть хорошие мастера, ткани и т. д. А сейчас и деловая активность возобновляется, намечены крупные мероприятия, форумы, выставки, и потребность в деловом гардеробе возвращается.

– В разгар самоизоляции вам пришлось закрыть столичный филиал. Планируете ли возобновить работу в Москве?

– Сейчас в столице мы работаем в выездном режиме, количество клиентов растёт благодаря положительным рекомендациям. Планируем осенью запустить обновлённый проект в Москве.

– В предыдущем интервью вы рассказывали также о своих планах развития

бренда по франчайзинговой модели в регионах. Этот проект как-то продвинулся за прошедшее время?

– В разгар пандемии мы доработали проект по франшизе, она уже доступна. У нас есть запросы из Питера, Владивостока, Казани, ведём переговоры, и не сомневаюсь – это направление будет актуальным.



– Если взять индустрию моды в глобальном масштабе, уже понятно, насколько она пострадала от коронакризиса?

– Индустрия моды, конечно, пострадала: многие компании, фабрики по пошиву одежды, ателье закрылись, часто – из-за того, что не получили вовремя господдержку. Ну а мы вернули себе «доковидные» позиции. Здесь, конечно, спасибо моей команде, в которой каждый делает всё возможное для развития компании. Кризисные ситуации время от времени случаются и будут случаться дальше, главное – уметь из них выйти. Сейчас не предвидится никаких крупных мероприятий в индустрии моды, но я и не особо себя к ней отношу. Сфера делового гардероба всегда стояла особняком.

Если посмотреть на ответ моды на глобальную ситуацию, очевидно, что мода становится более агрессивной и странной, если не сказать – безобразной. Она ведь отражает настроения людей, общества. Ну а деловой гардероб всегда подчиняется мировым правилам дресс-кода.

– В разгар самоизоляции вы активно проводили вебинары на тему того, как необходимо выглядеть деловому человеку, как формировать свой гардероб, ухаживать за ним и сделать его эффективным инструментом улучшения своего бизнеса и отношений. Пользовались ли они популярностью, у какой аудитории? Какой эффект замечен от этого проекта в применении к вашему бизнесу? Продолжаете ли вы эту работу?

– Оказавшись на самоизоляции, многие транслировали свой опыт онлайн, и мы тоже решили это делать, подключив наших клиентов, стараясь их таким образом поддержать, скрасить негативную ситуацию. Я начала проводить онлайн-консультации по формированию имиджа, делового гардероба, и вскоре у нас появилось много клиентов в других городах. Мы запустили дистанционный пошив сорочек.

Сейчас эта деятельность переходит в офлайн, я провожу такие мероприятия для компаний. Человека ведь оценивают не только по его умениям и навыкам, но и по тому, как он выглядит. Это не про бренды и стоимость вещей, а про соответствие среде и применяемому в ней дресс-коду. Ведь, помимо собственного имиджа, мы формируем ещё и имидж компании, в которой работаем.

Мы продолжаем эту работу, и я думаю, что это только начало. Сегодня многие крупные корпорации уделяют этому вопросу большое внимание, в том числе и потому, что сегодняшняя мода стала вот такой «кризисной».

– Можете ли вы сформулировать кратко: что такое деловой костюм для современного мужчины? А для женщины?

– Отвечу словами своего клиента: «Костюм для меня – рабочий инструмент!» Соответственно с этим и формируется гардероб. Я работаю с теми, неважно – женщинами или мужчинами, для кого деловой костюм является инструментом бизнес-активности, формирования имиджа – собственного и компании.

– Говорят, любой кризис несёт в себе зерно будущего развития. А вы для своего бизнеса такое зерно в текущем кризисе увидели?

– Это, например, наш опыт индивидуального пошива сорочек дистанционно. Я никогда раньше не думала, что такое возможно. Мы разработали систему снятия мерок, записали видеоинструкцию, нарисовали схему, запустили рекламу. Наши менеджеры, раньше работавшие очно, перешли в онлайн: стали дистанционно показывать ткани, подбирать форму воротника, манжет, цвет, рисунок и т. д. Мы принимали заказ, отшивали и отправляли адресату. Проект охватил почти всю Россию. Хотя, мне кажется, ничто не заменит личного контакта с клиентом. Но тем не менее это одно из перспективных направлений.

Сейчас одна из наших основных задач – расширение спектра услуг для уже набранной клиентской базы. Один из новых проектов – консерж-сервис по профессиональному уходу за гардеробом: одеждой и аксессуарами. Это очень удобно для наших клиентов, а значит, интересно и для нас!

Беседовала Елена Александрова

"A good tailor sews a suit so that we wear it "without noticing", like our own skin," said academician Dmitry Likhachev. The owner of the famous fashion house Rubleffka in Yekaterinburg, Tasha Rubleva, knows everything about tailoring just such suits! After all, she has been running a successful clothing business for over 10 years. We asked its head about how the Rubleffka fashion house works in the conditions of the global crisis.



Tasha Rubleva, Rubleffka fashion house: "Each client is unique for us!"

– Tasha, today you are the owner of the fashion house Rubleffka, the brand of the same name and workshops for tailoring business clothes for men and women. But even the most diversified business started from the first step. How and where did you start? And why did you choose this particular area? What were the first successes, and maybe failures?

– The company celebrated its 10th anniversary this year: we cannot say that we are adults, but we have also emerged from childhood. We are young! And of course, the company has undergone changes over the years.

I came into this business quite by accident: I never dreamed of becoming a designer. When I received my first education, technical, I got acquainted with representatives of this sphere, it became interesting to me, I realized that I wanted to develop in it.

And I quickly opened my atelier, at that time it was still absolutely ordinary, very small. But even then, by the way, the windows of my studio in Yekaterinburg overlooked the Chanel boutique and like this "neighbor" I wanted to do something special for my clients, and for myself. Because we also work for our own satisfaction – an incentive for further development. Then we moved, expanded areas, introduced new products; the number of employees grew. Now Rubleffka provides clients with custom tailoring services for men and women. We cooperate with international factories, we are a representative of large international brands, manufacturing companies.

Of course, today we are fundamentally different from what we were at the start. At first there was a women's atelier, then one of the clients asked me to make a suit for the event and for her husband. So, I realized that I

like working with men's clothing. I'm a techie by my first profession, and men's clothing is closer to me: everything is calculated there.

– What principles of work have helped you gain the trust of your customers and served as the key to the company's success?

– I value my clients very much and try to build not only working, but also friendly and trusting relationships. We congratulate each other on the holidays, invite and meet for a cup of coffee with regular customers. This is not just the provision of a service, but a completely different level of work with people. Each client is unique to me. For 10 years we have not repeated a single product, they are absolutely personalized and reveal a person's personality. Everything is incredibly individual, I would say!

Another principle is to choose the best for the client! People feel it, they are grateful and come back to us again.

And the last principle not only in work, but also in life: I never stop and never get tired of developing! Of course, I'm happy about our victories, but they are never enough for me. And I try to instill the same approach in employees. You need not only to confirm your professionalism, but also to bring something new into it all the time.

Thanks to all this, we have turned from an ordinary atelier into a unique company, in which all the features of tailoring skills are collected. Plus, we have our own production facilities and we are cooperating with European factories.

– What products and services does Rubleffka offer to its customers?

– We work in three directions: the production and manufacture of clothing



for women, men, and the sale of fabrics. We have a huge selection of natural fabrics from world brands operating in the elite segment.

If we talk about any brand, even a high-end one, it's still limited by the manufacturing technology, the choice of fabric, lining and accessories, regulated by the head office. We are not limited by anything, we work with a large number of manufacturers, so we have the widest choice. Due to our own production, we can make unique things at the request of the customer. We are very flexible, we can offer an "answer" to any request, and our clients appreciate it.

– You have your own production facility in Yekaterinburg, but before the coronavirus crisis, some of the products under the Rubleffka brand were created according to individual patterns at factories in Europe. From there you received materials and accessories. How did the pandemic affect this scheme? How is your company going through the current crisis? What anti-crisis measures did you have to take?

– During the pandemic, having our own production literally saved us, allowing us not to stop even for a day. I didn't work only for the first three days, trying to get away from the shock, because I could not get into my Moscow office and it was not clear what to do. But I quickly pulled myself together. We transported some of the equipment to the seamstresses, went to the clients' homes for fittings, if we could not get something from the factories, we sewed it in our own production. If we closed down, it would be difficult to restore everything,

and clients at that difficult time would not be able to get positive emotions. England did not stop supplying fabrics, although in terms of time everything was longer. Italy was closed, but still we managed to realize some orders. We negotiated with the stores, and if we needed fittings, we received them. Relationships are important everywhere – both with customers and with suppliers. Our boutique in Yekaterinburg is located in a shopping center in the city center, like the Moscow one, it was closed, but the lessors helped us by completely canceling the rent, and this literally saved us. Unlike our Moscow landlord: I had to close the Moscow office. Of course, it's very disappointing, but it was the right decision, made in time. Sometimes you need to chop something off so that the best sprouts in another place.

"The main thing is not to stop!" – this principle was fully applied by us in such a difficult time.

Now everything is much better and more or less fell into place.

– Before the introduction of quarantine in the sphere of consumer services, which includes your services, there was an increase in demand... And after leaving the regime of strict self-isolation, many things are going, to put it mildly, not brilliantly. Six months ago, there was a video on the Internet: a young man in a strict jacket, sitting in front of a laptop, participates in an online conference, and below the camera view he is wearing pajama pants and slippers... And who, it would seem, needs new pants in this situation?... And what trends do you see in your profile?

– Before the pandemic, our audience was accustomed to the joy of travel, new purchases, restaurants, and gastronomic pleasures. All this temporarily became inaccessible, but the desire for positive emotions remained. And we have become their source for many!

Anti-crisis measures affect the quality of fabrics, and people are not at all satisfied with what the stores have to offer. They want to keep the high level they are used to, so they go where there are good craftsmen, fabrics, etc. And now business activity is resumed, major events, forums, exhibitions are scheduled, and the need for a business look is returning.

– In the midst of self-isolation, you had to close the metropolitan branch. Do you plan to resume work in Moscow?

– Now in the capital we are working on-site, the number of clients is growing thanks to positive recommendations. We plan to launch an updated project in Moscow in the fall.

– In a previous interview, you also talked about your plans to develop a brand based on a franchise model in the regions. Has this project made any progress since then?

– In the midst of the pandemic, we finalized the project for the franchise, it is already available. We have requests from St. Petersburg, Vladivostok, Kazan, we are negotiating, and I have no doubt that this direction will be relevant.

– If you take the fashion industry on a global scale, is it already clear how much it has been affected by the coronavirus crisis?

– The fashion industry, of course, suffered: many companies, clothing factories, and ateliers closed, often because they didn't receive government support on time. Well, we have regained our "prepandemic" positions. Here, of course, thanks to my team, in which everyone is doing everything possible for the development of the company. Crisis situations happen from time to time and will continue to happen, the main thing is to be able to get out of them. Now there are no major events in the fashion industry, but I don't particularly consider myself to be one of it. The business fashion has always stood apart.

If you look at the response of fashion to the global situation, it's obvious that fashion is becoming more aggressive and stranger, if not ugly. After all, it reflects the mood of people, society. Well, the business fashion always obeys the world dress code rules.

– In the midst of self-isolation, you actively hosted webinars on how a business person should look, how to shape and care for your clothes, and make it an effective tool for improving your business and relationships. Were they popular, with what audience? What is the impact of this project on your business? Are you continuing this work?

– Finding themselves on self-isolation, many broadcast their experience online, and we also decided to do this by connecting our clients, trying to support them in this way, to brighten up the negative situation. I began to conduct online consultations on the formation of an image, business fashion, and soon we had many clients in other cities. We have launched remote shirt sewing.

Now this activity goes offline, I hold such events for companies. After all, people are assessed not only by their skills and abilities,

but also by how they look. This is not about brands and the cost of things, but about compliance with the environment and the dress code used in it. Indeed, in addition to our own image, we also form the image of the company in which we work.

We are continuing this work, and I think this is just the beginning. Today, many large corporations pay great attention to this issue, also because today's fashion has become such a "crisis".

– Can you summarize: what is a business suit for a modern man? And for a woman?

– I will answer with the words of my client: "A suit for me is a working tool!" Accordingly, the style is formed. I work with those, no matter – women or men, for whom a business suit is a tool of business activity, it is their image – both personal and the company's.

– They say that any crisis carries the seed of future development. Have you seen such a grain for your business in the current crisis?

– This is, for example, our experience of individual tailoring of shirts remotely. I have never thought it is possible before. We developed a system for taking measurements, recorded a video instruction, drew a diagram, and launched an advertisement. Our managers, who used to work full-time, switched to online: they began to show fabrics, select the shape of the collar, cuffs, color, pattern, and etc. remotely. We accepted the order, sewed it and sent it to the addressee. The project covered almost all of Russia. Although, it seems to me, nothing can replace personal contact with the client. But nevertheless, this is one of the promising areas.

Now one of our main tasks is to expand the range of services for an already accumulated client base. One of the new projects is a concierge service for professional style care: clothes and accessories. It's very convenient for our clients, which means it's interesting for us as well!

**Interviewed
by Elena Alexandrova**





Александр Гусев:

«Будем и дальше прививать экологическую культуру в России, чтобы наши дети комфортно жили в этой стране»

Пандемия коронавируса значительно изменила нашу жизнь: мы привыкли к социальной дистанции, удалённой работе и постоянному ношению одноразовых масок и перчаток, так называемых средств индивидуальной защиты. Срок службы одного комплекта СИЗ – 2-3 часа, а за один рабочий день человек использует в среднем 3-4 комплекта. Таким образом, вопрос утилизации изделий стоит довольно остро. Выход из этой ситуации – установка специальных контейнеров для раздельного сбора и обезвреживания использованных СИЗ. О том, как в таких «ящиках» уничтожаются вирусы и бактерии, почему разработанные дезинфицирующие средства не представляют опасности для окружающей среды, и о перспективах российского рынка нам рассказал Александр Гусев, руководитель ГК «Экобокс».

– Одно из основных направлений группы компаний «Экобокс» – производство специальных контейнеров для утилизации использованных масок и перчаток. А как была создана компания и с чего всё начиналось?

– Компания появилась в 2011 году и сразу начала развиваться в экологическом направлении: мы запустили производство контейнеров для раздельного сбора и последующей утилизации опасных отходов от населения, например лампочек и батареек. Вскоре была выстроена целая система по утилизации таких отходов.

Бытует мнение, что «Экобокс» специализируется исключительно на производстве контейнеров и павильонов для ТКО. Однако, помимо этого, мы занимаемся рекультивацией промышленных отходов. Так в группу компаний входит одно из самых крупных и современных предприятий в России АО «ПОЛИГОН», расположенное в Томске, где утилизируют токсичные отходы. Также у нас есть проектный институт, где ведутся изыскательские работы для строительства полигонов, сортировочных линий и заводов по переработке мусора. Ещё одно направление – центры оценки квалификаций в сфере обращения с отходами производства и потребления, которые мы открываем во многих субъектах нашей страны. В них можно пройти обучение и процедуру независимой оценки квалификации, по итогам которой выдаётся свидетельство о квалификации установленного образца.

К тому же мы активно участвуем в общественных слушаниях и законотворческой деятельности и всячески способствуем развитию культуры раздельного сбора мусора.

– Многие считают, что экологическая культура в России не очень развита. Почему вы решили развивать именно этот бизнес?

– Всё началось с создания экобокса – «ящика», куда можно сдавать использованные лампы накаливания. Эта идея возникла у молодых ребят, и я, как инвестор, их поддержал. Первый такой контейнер собрали буквально в гараже, изделие стало востребованным, и мы запустили его профессиональное производство на предприятиях, бизнес начал развиваться.

Действительно, я часто слышу о том, что в стране отсутствует подобная культура. Однако если мне говорят: «Ничего не получится», я сразу хочу сделать так, чтобы получилось. Ведь если не мы, то кто?

– Во время эпидемии коронавируса контейнеры для утилизации масок и перчаток стали очень востребованными. Как работают эти урны, защищают ли они от дальнейшего распространения инфекции?

– В рамках консорциума Корпорации «Росхимзащита» и ГК «Экобокс» мы разработали специальные дезинфицирующие средства, которые не несут негативных последствий для окружающей среды, так как не содержат хлор и спирт. При этом они хорошо обеззараживают, что подтверждается соответствующими сертификатами.

Установка контейнеров ведётся также совместно с Корпорацией «Росхимзащита» Госкорпорации «Ростех». Первые из них появились в отелях, организациях общепита и других общественных местах в соответствии с требованиями Роспотребнадзора. Так, к примеру, медбоксы уже установлены в Москве, Московской области, Республике Татарстан, Томской области, Краснодарском крае, в Тамбовской и Мурманской областях и пр.

Алгоритм работы контейнера следующий: внутри стального бокса закреплена герметичная ёмкость со средством для дезинфекции. После дезинфекции маски полностью обезвреживаются внутри контейнера и уже не представляют биологической опасности.

– Медбоксы также можно оборудовать мощным бактерицидным УФ-излучателем. Как он включается?

– Да, помимо дезинфицирующей жидкости, мы оснащаем контейнеры специальным датчиком, который срабатывает на движение. Как только использованная маска или перчатки опустятся в контейнер, то включатся ультрафиолетовые диоды. УФ-излучение в данном случае разрушает генетический материал вируса, лишая его возможности продолжить своё существование.

– Вы можете поставлять подобные контейнеры на экспорт?

– Можем, но пока не планируем. Дело в том, что сначала необходимо наладить поставки для внутреннего рынка. А Россия – страна большая, и потребности в таких медбоксах есть. Если мы хотим, чтобы наши дети жили здесь и никуда не уезжали, необходимо работать в этом направлении и решать вопросы сначала на национальном уровне, а уже потом выходить на международные рынки.

– Какие ещё новинки появились в компании?

– На производстве налажен выпуск рециркуляторов воздуха, которые востребованы в больших магазинах или заведениях общепита. Дело в том, что в последние годы подобные очистители везут в основном из Китая, рынок буквально наводнила такая продукция, которая не всегда оказывается качественной.

На сегодняшний день наших мощностей хватает и для производства медицинских боксов и дезинфицирующих средств, и для изготовления очистителей. Оборудование позволяет нам выпускать более тысячи изделий в сутки.

Беседовала Юлия Юдина

The coronavirus pandemic has significantly changed our lives: we are used to social distance, teleworking and the constant use of disposable masks and gloves, the so-called personal protective equipment. The service life of one set of PPE is 2-3 hours, and in one working day a person uses 3-4 sets on average. Thus, the issue of disposal of products is quite acute. The way out of this situation is the installation of special containers for the separate collection and disposal of PPE. Alexander Gusev, head of Ecobox Group, told us about how viruses and bacteria are destroyed in such “boxes”, why the developed disinfectants don’t pose a threat to the environment, and about the prospects of the Russian market.

Alexander Gusev:

“We will continue to instill ecological culture in Russia so that our children live in this country with comfort”

– *One of the main lines of activity of the Ecobox group of companies is the production of special containers for the disposal of used masks and gloves. How was the company created and how did it all start?*

– The company was founded in 2011 and immediately began to develop in an environmental direction: we launched the production of containers for the separate collection and subsequent disposal of hazardous waste from the public, such as light bulbs and batteries. Soon, a whole system for the disposal of such waste was built.

There is an opinion that Ecobox specializes exclusively in the production of containers and pavilions for MSW. However, in addition to this, we are engaged in the reclamation of industrial waste. Thus, the group of companies includes one of the largest and most modern enterprises in Russia, JSC POLIGON, located in Tomsk, where toxic waste is disposed of. We also have a design institute, where survey work is underway for the construction of landfills, sorting lines and waste processing plants. Another area is the centers for the assessment of qualifications in the field of production and consumption waste management, which we are opening in many regions of our country. They can undergo training and an independent qualification assessment procedure, based on the results of which a certificate of qualification of the established form is issued.

In addition, we actively participate in public hearings and legislative activities and in every possible way contribute to the development of a culture of separate waste collection.

– *Many believe that the ecological culture in Russia is underdeveloped. Why did you decide to develop this particular business?*

– It all started with the creation of an eco-box – a “box” where you can place used incandescent lamps. A team of young guys came up with this idea, and I, as an investor, supported them. The first such container was assembled literally in the garage, the product became in demand, and we launched its professional production at enterprises, the business began to develop.

Indeed, I often hear that there is no such culture in the country. However, if they say to me: “It won’t work,” I immediately want to make it work. After all, if not us, then who?

– *During the coronavirus epidemic, containers for the disposal of masks and gloves have become very popular. How do these boxes work, do they protect against further spread of infection?*

– As part of the consortium of the Roskhimzashchita Corporation and the Ecobox Group, we have developed special disinfectants that don’t have negative consequences for the environment, since they don’t contain chlorine and alcohol. At the same time, they disinfect well, which is confirmed by the corresponding certificates.

The installation of containers is also carried out jointly with the Roskhimzashchita Corporation of the Rostec State Corporation. The first of them appeared in hotels, catering organizations and other public places in accordance with the requirements of Rospotrebnadzor. So, for example, medboxes have already been installed in Moscow, the Moscow region, the Republic of Tatarstan, the Tomsk, Krasnodar, Tambov and Murmansk regions, etc.

The container works as follows: a sealed container with a disinfectant is fixed inside the steel box. After disinfection, the masks

are completely detoxified inside the container and no longer pose a biological hazard.

– *Medboxes can also be equipped with a powerful UV germicidal emitter. How does it turn on?*

– Yes, in addition to disinfecting liquid, we equip containers with a special sensor that is triggered by movement. As soon as the used mask or gloves are lowered into the container, the UV diodes will turn on. UV radiation in this case destroys the genetic material of the virus, making it impossible for it to continue to exist.

– *Can you supply similar containers for export?*

– We can, but we are not planning yet. The fact is that it’s necessary to arrange supplies for the domestic market first. And Russia is a big country, and there is a need for such medboxes. If we want our children to live here and not go anywhere, we need to work in this direction and resolve issues first at the national level, and only then enter international markets.

– *What other new items have appeared in the company?*

– We have established the production of air recirculators, which are in demand in large stores or catering establishments. The fact is that in recent years, such purifiers have been brought mainly from China, the market has literally flooded with such products, which are not always of high quality.

Today, our capacity is sufficient for both the production of medical boxes and disinfectants, and for the manufacture of cleaners. The equipment allows us to produce more than a thousand items per day.

Interviewed by Yulia Yudina





Андрей Бурмакин: «Главный секрет успешного бизнеса – любовь к своему делу»

Важнейшие условия формирования доступной среды, с точки зрения производителя, – понимание потребностей людей с ограниченными возможностями здоровья и строгий контроль качества выпускаемой продукции. О том, что способно побудить человека заниматься социально ответственным бизнесом и почему важно сохранять баланс между новинками и «старой» продукцией, нам рассказал Андрей Бурмакин, директор Многопрофильного завода подъёмных механизмов.

– Ваше предприятие относится к социально ориентированным. Как вы пришли в бизнес и почему решили заниматься именно этим делом?

– Это, наверное, идёт из семьи. Мой отец Василий Бурмакин, человек труда, заслуженный нефтяник, свою жизнь посвятил тяжёлой работе на буровой. Оборудование, подъёмники, металлоконструкции – всё это окружало меня с детства. Отец приучал нас с братом к труду, к умению слесарить, работать с инструментом, чувствовать удовольствие, когда из-под твоих рук выходит надёжное и красивое изделие. Поэтому я всегда знал, что буду работать на производстве, обязательно с разным сложным оборудованием, производить что-то очень ценное и полезное.

Окончив институт и поработав на разных заводах, я понял, как устроено производство сегодня. А в поездках за границу меня всегда поражало, насколько удобно устроены города для людей с ограниченными возможностями. Захотелось, чтобы и у нас дома, в России, было не хуже. Так возникла идея.

– Вы контактируете с подмосковными властями, в частности вместе реализуете проект «Доступная среда». Как продвигается данное сотрудничество, какие инновации планируете внедрять совместно с муниципалитетами? Какие есть планы в этом отношении на 2021 год?

– Нам, считаю, повезло с местоположением. Завод с первых дней своего существования ощущает поддержку администрации Богородского городского округа и лично его главы Игоря Васильевича Сухина. Здесь, в Ногинске, расположены цеха предприятия, живут наши сотрудники. Когда мы только начинали, нас приглашали участвовать в программах и конкурсах стартапов. Сейчас, когда мы активно наращиваем рабочие места и объёмы производства, есть задел для обеспечения продукцией всех новостроек Московской области и центрального феде-



рального округа, а наши инновационные проекты, поддерживаемые на федеральном уровне, надеюсь, найдут своего потребителя в 2021-2022 годах в государственных и муниципальных учреждениях водоочистки, в системе ЖКХ. Личную благодарность за поддержку хочу выразить Андрею Юрьевичу Воробьёву, губернатору Московской области, и Игорю Васильевичу Сухину, главе Богородского городского округа Подмосковья.

– Требования к доступной среде постоянно растут, на рынке появляются более современные и инновационные модели для людей с ОВЗ. Расширяется ли ассортимент вашей компании? Следите ли вы за новинками в этой сфере?

– Это постоянный процесс. Если кто-то запустил более лёгкий подъёмник или внедрил на улицах города новый принцип доступности, я всегда еду лично, изучаю опыт и стараюсь понять, как его можно применить у себя на производстве. Однако необходимо сохранять и привычную для потребителей продукцию: простую в уходе, доступную по цене, не требующую адаптации. Ведь среди наших покупателей есть и пожилые люди, многие из которых не доверяют новинкам. Так что мы стараемся сохранять баланс.

– Многие бизнесмены любят делиться секретами своего успеха. Как правило, это очевидные и простые вещи. Например, Сэм Уолтон, создатель американской сети магазинов Wal-Mart, считает, что главное качество – это

упорство, а основной владелец и председатель совета директоров компании «Северсталь» Алексей Мордашов утверждает, что успех бизнеса кроется в чутком внимании к рядовым сотрудникам. Поделитесь своим секретом успеха?

– Любовь к делу. Моя команда – это не только конструкторы, которые годами шли к реализации своих замыслов, и начальник производства, словно художник, чувствующий металл. Важную роль играют сотрудники компании, которые с особой серьёзностью относятся к своим обязанностям, и понимающие важность нашего дела сотрудники отделов закупок и снабжения.

– В предыдущем интервью вы рассказывали, что добиться надёжности в использовании подъёмников помогает слаженная работа команды. Например, в коллективе есть токари, слесари, электрики, конструкторы, тестировщики, инженеры и т. д. А на отдельные объекты выезжает начальник производства и вы лично. Вам хватает времени самостоятельно курировать какие-то объекты? Расскажите о вашей команде, где удаётся найти квалифицированные кадры?

– Наше предприятие начиналось с четырёх человек, каждый из которых, включая генерального директора, не боялся выйти в цех и встать за станок. Пока росло количество заказов, мы успевали монтировать оборудование, тестировать его и делать закупки. Уже позже, нарастив объёмы, мы привлекли к сотрудничеству конструкторское бюро, разделили обязанности и сформировали группы по направлениям.

Сегодня очень трудно найти молодого специалиста, умеющего работать на сложных станках. А ведь сейчас эра промышленных роботов, ими тоже должен кто-то управлять, нужно обслуживать их и писать программы! Так что мы стараемся искать и растить кадры, а также планируем предложить сотрудничество нескольким колледжам и вузам.

Andrey Burmakin:

"The main secret of a successful business is love for what you do"

From the manufacturer's point of view, the most important condition for creating an accessible environment is understanding the needs of people with limited mobility and strict quality control of the products manufactured. Andrey Burmakin, CEO of Multipurpose Plant of Lifting Mechanisms, told us about what encourages people to engage in socially responsible business and why it is important to maintain the balance between novelties and "old" products.

– Your company is socially oriented. What was the reason for your decision to go into this business?

– It is probably derived from my family. My father, Vasily Burmakin, a hardworking man, an honored oilman, dedicated his life to tough job on a drilling rig. Equipment, hoists, metalwork – I was surrounded by it all from my childhood. My father taught me and my brother to do labour, to work with tools, to feel pleasure when a solid and beautiful product comes out from under your hands. This is why I always knew that I would work in production, definitely with different sophisticated equipment, in order to produce something very valuable and useful.

Having graduated from the institute and having worked in various plants, I understood how production is organized nowadays. And when I travelled abroad, I was often impressed by the convenience of cities for people with limited abilities. I wanted it to be just as good at home, in Russia. That is how the idea came about.

– You are in contact with the authorities of the Moscow region, in particular, jointly you implement the Accessible Environment project. How does this cooperation progress, what innovations do you plan to implement together with the municipalities? What plans do you have in this regard for 2021?

– I think we are lucky with the location. From the very beginning the plant has been supported by the administration of the Bogorodsky urban district and personally by its Head, Igor Vasilyevich Sukhin. Here, in Noginsk, there are the workshops of the enterprise and there is accommodation for our employees. When we first started, we were invited to participate in start-up programmes and competitions. Now, when we actively increase employment and production volumes, there is a reserve to provide products for all new buildings of the district, and our innovative projects, supported at the federal level, I hope, will

find their customers in 2021-2022 – in state and municipal water treatment facilities, in the housing and communal services system. I would like to express my personal gratitude for the support to Andrey Vorobyov, Governor of the Moscow Region and Igor Sukhin, Head of the Bogorodsky Urban District of the Moscow Region.

– The requirements for the accessible environment continue to grow, and there are more modern and innovative models on the market for people with disabilities. Does the product range of your company expand? Do you keep track of what's new in this area?

– It's an ongoing process. If someone has launched a lighter lift or introduced a new principle of accessibility on the streets, I always come there in person, study the experience and try to understand how it could be applied in my production. However, it is also necessary to preserve the products consumers are used to: easy to maintain, affordable, and adaptable. After all, there are elderly people among our customers, many of whom don't trust new products. So, we try to keep a balance.

– Many businessmen like to share the secrets of their success. As a rule, they are



obvious and simple things. For example, Sam Walton, the creator of the American Wal-Mart chain, believes that the main quality is persistence, while Alexey Mordashov, the main owner and chairman of the board of directors of Severstal, claims that business success lies in sensitive attention to ordinary employees. Can you share the secret of your success?

– Love for business. My team is not only the designers who have been working for years to put their ideas into action, but also the production manager, who is like an artisan with a feel for metal. An important role is played by the workers, who take their duties seriously, and the purchasing and logistics teams, who understand the importance of what we do.

– In the previous interview, you said that it was the teamwork that helped to achieve reliability in the use of hoists. You have mentioned for example turners, fitters, electricians, designers, testers, engineers, etc. and said that the production manager and you personally used to visit individual objects. Do you have enough time to supervise some objects yourself? Tell us about your team, where do you find qualified personnel?

– Our company started with four people, each of whom, including the general director, was ready to go to the workshop and stand at the machine. Despite the number of orders was growing, we managed to install the equipment, perform trials and make purchases. Later on, when the volumes increased, we got the design office involved, shared responsibilities and formed teams according to areas of expertise.

Today it is very difficult to find a young specialist who knows how to work on sophisticated machines. These days are the era of industrial robots, and they also need someone to operate them, maintain them and write programs! So, we try to recruit and train personnel, and plan to offer cooperation to several colleges and universities.



Рустам Юлдашев:

«В бизнесе, как и в спорте, важны дисциплина и умение идти к цели»

Можно ли создать успешную компанию, не испытывая любви к делу, которым занимаешься? Герой этого интервью однозначно уверен: нет. О том, почему в России неактуальна японская модель управления, если слепо её копировать, как, казалось бы, случайные события помогли создать бизнес и что удерживает людей от резкой смены деятельности, нам рассказал Рустам Юлдашев, основатель логистической компании Nawinia.

– Ваша «карьерная география» довольно широка: вы учились в Самаркандском университете, степень MBA получили в Токио, а генеральным директором филиала ITS Japan стали в Москве. Как вы пришли к основанию компании Nawinia?

– Очень многие события в моей жизни – это цепочка удачных или не совсем удачных случайных событий. Так я думал совсем недавно, не погружаясь глубоко в анализ. Например, как мне казалось, меня почти случайно назначили начальником таможни в 23 года, ещё в СССР. После распада Союза непредсказуемым образом я оказался на Дальнем Востоке, где начал работать в японской компании. В 1999 году в отеле для водителей-дальнобойщиков на окраине Москвы был организован первый офис STS Logistics без каких-то долгих обдумываний и стратегических планов. Компания выросла с трёх человек, и к 2014 году в ней работало порядка 2000 сотрудников.

Любой путь – это и победы, и поражения. Последних у меня было много. А любовь к тому, чем ты занимаешься, помогает переживать поражения, делать из них выводы и идти дальше. Любовь к делу, которым ты занимаешься, – ключевой компонент для меня в работе, бизнесе. Это триггер и для постоянного развития.

Другой важный для меня фактор – это страх. Нужно идти туда, где трудно и страшно. В 2015 году я не смог сменить отрасль, хотя много и упорно думал об этом, изучал эту возможность, и после продажи моей предыдущей компании организовал новую – Nawinia. Думаю, страх сыграл в этом не последнюю роль.

– Вы не пожалели, что остались в логистике?

СПРАВКА

NAWINIA ОБРАЗОВАЛАСЯ ПУТЁМ ОБЪЕДИНЕНИЯ НЕСКОЛЬКИХ КРУПНЫХ ЛОГИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ И УЖЕ БОЛЕЕ 20 ЛЕТ РАБОТАЕТ НА РЫНКЕ ЛОГИСТИКИ. ОРГАНИЗАЦИЯ ПОМОГАЕТ УПРАВЛЯТЬ СЛОЖНЫМИ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК БИЗНЕСА СВОИХ КЛИЕНТОВ. NAWINIA ОБЪЕДИНЯЕТ РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОФИСЫ В РОССИИ, СТРАНАХ СНГ, ЮГО-ВОСТОЧНОЙ АЗИИ И ЕВРОПЕ.

– Транспорт и логистика – довольно консервативные отрасли, которые меняются очень медленно. Когда ты находишься внутри них больше 20 лет, в какой-то момент становится скучновато. Однако есть «но», довольно значимое, на мой взгляд: влияние цифровых технологий на всю нашу жизнь, и на логистику в частности. Это новый ветер перемен, который значительно изменит ландшафт отрасли, и это очень интересно. Как компания, мы выработали свои планы и будем двигаться по ним, чтобы к 2025 году войти в десятку крупнейших игроков в своей отрасли.

– Какие преимущества вам дал международный опыт работы?

– Я в своей практике, особенно в 1990 году, очень многому научился от западных, европейских партнёров, клиентов, которые с удовольствием делятся опытом, ведут себя часто открыто, так как ты становишься частью цепочки поставок и должен работать синхронно. Но самый большой опыт дала, конечно, работа в японской компании.

Японские компании отличаются стилем управления: руководители тщательно анализируют риски, внедряя определённые инструменты хеджирования. Это углубление в детали, не «пять почему» (подход Тойота), а «десять почему». В нашей практике такой большой фокус на риски и столь глубокое «бурение в эту сторону» не приняты, в том числе и по своей культуре ведения дел. Поэтому очень много полезного заключено в иностранном опыте, но его интеграция у нас должна происходить с некими поправками на «ветер».

– Вас называют самым спортивным предпринимателем в логистике. Чем увлекаетесь?

– Занимаюсь плаванием, бегом и триатлоном. История началась, когда мне стукнуло 48 лет. Опять про случайность: на очередной встрече в Сколково пообщался с увлечёнными спортом коллегами. Свой первый марафон я пробежал в 50 лет в Париже.

Потом было три чемпионата мира по плаванию в категории «Мастерс». Есть идея в 2022 году выиграть первое место в эстафете в Японии.

В марафонах мне осталось сделать два (Берлин и Бостон), чтобы завершить круг «Большой шестёрки». В России не больше 30 человек, кто пробежал все шесть глав-

ных марафонов – мейджоров. В этом смысле спорт и бизнес во многом похожи: дисциплина, труд и правильная стратегия – всё это присутствует, с этим нужно работать.

– Ваша любовь к спорту отразилась на корпоративной культуре компании?

– Конечно, я пытаюсь убедить сотрудников компании заниматься спортом или другим любимым делом, чтобы выйти за рамки формата «работа – дом». Такое увлечение всегда даёт человеку дополнительную энергию и расширяет его горизонты, делает жизнь более насыщенной и интересной. Мы, как компания, берём на себя часть расходов на спортивные мероприятия, организуем эстафетные команды на соревнованиях Ironstar (русский Ironman) с 2016 года. В этом году участвуем в соревнованиях в Калининграде, с учётом наших болельщиков, которые сопровождают команды, ожидаем участия около 40 человек. Вся группа получает большой заряд энергии, незабываемые впечатления, и это сплачивает людей.

– Кадры решают всё – по-вашему, это устаревшее понятие или оно никогда не потеряет своей актуальности?

– У многих руководителей есть гипотеза, что во времена цифровизации, автоматизации и искусственного интеллекта значимость сотрудников стремится вниз. Есть расчёты, что грузовой автомобиль, управляемый ИИ, сократит рабочие места на 3 млн человек (только водителей) и более 10 млн индустрий, таких как страхование, запчасти и т. д., так как количество аварий должно снизиться. Это напоминает ситуацию в 1970-х гг., когда была эпоха научно-технической революции (НТР) и существовала гипотеза замены людей роботами. Видимо, с этим связан ваш вопрос.

Мы в своей стратегии определяем, что в условиях высокой волатильности, неопределённости очень важно сделать упор на сильную команду, обладающую экспертизой. Только сильная команда в состоянии выдерживать высокий уровень изменений и конкуренции. Кроме того, мы работаем в сервисном бизнесе, где у клиентов очень высокие ожидания по их обслуживанию и взаимодействию. Отсюда простой ответ: наш фокус – это наши люди, и мы выстраиваем сейчас сильную HR-политику и функции.

Беседовала Юлия Юдина

Is it possible to create a successful company without love for what you do? The protagonist of this interview is firmly convinced – it's not. Rustam Yuldashev, Founder of the logistics company Nawinia, tells us why blindly copied Japanese management model is irrelevant in Russia, explains how seemingly coincidental events helped him to create his business and mentions factors keeping people from a sudden change of their activities.

Rustam Yuldashev:

“In business, just like in sports, discipline and ability to be persistent towards the goal are essential”

– Your “career geography” is quite extensive: you studied at Samarkand State University, received the MBA in Tokyo, and became CEO of the ITS Japan branch in Moscow. What has brought you to the foundation of Nawinia?

– A number of events in my life are a chain of fortunate or not-so-fortunate coincidental events. This thought came into my mind very recently, without any immersion into an in-depth analysis. For example, as it seemed to me, I was appointed Customs Chief almost by chance; it was back in the USSR, I was 23 years old. After the collapse of the Soviet Union, in an unpredictable way I happened to move to the Far East, where I started working for a Japanese company. In 1999, the first STS Logistics office was established in a hotel for truck drivers on the outskirts of Moscow; there was no long thinking through or strategic plans on that. By 2014 the company gained around 2,000 employees.

Every path has its ups and downs. I have had many of the latter. But the love for your occupation helps you to go through defeats, to make the conclusions and to keep on going. Love for the things I do is the key component for me in my work, in my business. It is the trigger for constant development as well.

Another important factor for me is fear. One has to go somewhere challenging and frightening. In 2015 I was not able to change the industry, although I've been thinking a lot and persistently about it, investigating the possibility, and having sold my previous company, I set up a new one – Nawinia. I guess fear contributed to that, as well.

– Do you regret staying in logistics?

– Transport and logistics are rather conservative industries which change very slowly. When you have already been within them for more than 20 years, someday you feel a little bored. However, there is a rather significant in my opinion “but”: it is the impact of digital technology on all of our lives, and on logistics in particular. This is a new wind of change which will dramatically modify the “landscape” of the industry; and it is very interesting. We have identified certain plans as a company and we will follow them for our company to become one of the top ten players in the industry by 2025.

NOTE

NAWINIA WAS FORMED BY THE INTEGRATION OF SEVERAL LARGE LOGISTICS COMPANIES AND HAS BEEN OPERATING ON THE LOGISTICS MARKET FOR MORE THAN 20 YEARS. THE ORGANISATION HELPS TO HANDLE THE COMPLICATED SUPPLY CHAINS OF THE BUSINESSES OF ITS CLIENTS. NAWINIA HAS REGIONAL OFFICES IN RUSSIA, CIS COUNTRIES, SOUTH EAST ASIA AND EUROPE.

– What benefits has the experience of international work given you?

– In my practice, particularly in 1990, I learned a lot from my Western, European partners and clients, who were happy to share their experiences and often behaved openly, because as you become part of the supply chain you have to work in sync. But of course, the most important experience to gain was working for a Japanese company.

Japanese companies have a different style of management: heads thoroughly analyze risks and implement certain hedging tools. This is about digging deep into details, not “five whys” (Toyota's approach), but “ten whys”. In Russian practice, such a strong focus on risks and such a “deep dive” is not customary, partly because of the different business culture. Therefore, despite the usefulness of foreign experience, its integration should happen with some adjustments depending on the “order of the day”.

– You are said to be the sportiest entrepreneur in logistics. What are your favorite activities?

– I am into swimming, running and triathlons. I started to find sports interesting when I reached the age of 48. It was by chance again: at a regular meeting at Skolkovo I had a conversation with colleagues who were passionate about sports. I ran my first marathon at the age of 50 in Paris.

Then there followed three World Masters Championships in swimming. Now I have an idea to take first place in the relay race in Japan in 2022.

As for marathons, there are two left (Berlin and Boston) to complete the Big Six lap

(six major marathon races). There are only maximum 30 people in Russia who have run all six major marathons – the majors. In this sense, sports and business have a lot in common: discipline, hard work and the right strategy – these are the things you have to deal with.

– Did your love of sports reflect in the corporate culture of the company?

– Of course, I try to persuade the employees to engage in sports or other hobbies in order to go beyond the “from work to home” routine. Such a hobby always gives people extra energy and broadens their horizons, making their lives richer and more interesting. We, as a company, cover part of the costs for sporting events, besides, we have been forming relay teams at Ironstar (Russian Ironman) competitions since 2016. This year we are taking part in the competition in Kaliningrad – there will be about 40 participants, including the supporters accompanying the teams. The whole group will get a great boost of energy, an unforgettable experience, and this always brings people together.

– Personnel is the key to everything – do you think it's an outdated concept, or will it never lose its relevance?

– Many managers have the hypothesis that in times of digitalization, automation and artificial intelligence, the importance of employees tends to go down. There are calculations that an AI-driven truck will reduce jobs by 3 million people (drivers only) and over 10 million industries such as insurance, spare parts services, etc. will be shortened as the number of accidents is expected to go down. This is reminiscent of the situation in the 1970s, when there was an era of scientific and technological revolution (STR) and there appeared a hypothesis of replacing humans with robots. Your question seems to be related to this.

In our strategy, we believe that in an environment of high volatility and uncertainty, it is very important to focus on the strong team with expertise. Only a strong team is able to withstand the high level of change and competition. Furthermore, we operate in a services sector where clients have very high expectations both for servicing and interaction. Hence the simple answer is: our focus is on our employees, and currently we develop strong HR policies and functions.

Interview was taken by Julia Yudina





**Виктория
Гаврилова:**

«ЛЮДИ ХОТЯТ ПОЛУЧИТЬ НЕ
ТОЛЬКО ВКУСНЫЙ, НО И ПОЛЕЗНЫЙ
ПРОДУКТ. И МЫ ДАЁМ ИМ ТАКУЮ
ВОЗМОЖНОСТЬ»

По оценкам экспертов, предпочтения клиентов часто меняются, а постоянное отслеживание их новых желаний и внедрение инноваций – это и есть лучшая стратегия для развития успешного бизнеса. Именно по такому пути пошла компания МАЙ, в которую входит пять брендов. Так, один из самых известных производителей чая в России представил рынку уникальные новинки: «ГАБА Иван-чай» и CURTIS Cold Brew – натуральный чай в пирамидках, который заваривается в холодной воде. О том, что послужило причиной появления этих товаров, почему меняются запросы потребителей в последние годы и как удаётся находить инновационные решения в таком «банальном» сегменте, как рынок чая, нам рассказала Виктория Гаврилова, и. о. глобального директора по маркетингу компании МАЙ.

– В конце 2020 года компания представила рынку «ГАБА Иван-чай», который, по оценкам экспертов, славится полезными свойствами и не имеет аналогов в мире. Продукт даже называют инновационным. Расскажите, в чём его уникальность?

– Суть этого продукта в том, что это очень вкусный и полезный иван-чай с содержанием ГАБА – гамма-аминомасляной кислоты.

Производство «ГАБА Иван-чай» защищено тремя патентами. Гамма-аминомасляная кислота является природным нейромедиатором и обладает доказанными свойствами: повышает активность мозга, улучшает процессы памяти и мышления, регулирует обмен веществ, помогает справиться с бессонницей, депрессией и стрессом. Также это вещество помогает концентрировать внимание и поддерживать память.

– Прежде чем вывести новинку на рынок, вы изучали запросы потребителей? Будет ли данный продукт пользоваться спросом?

– Мы считаем, продукт будет востребован. В целом в 2020 году усилились тренды, связанные с заботой о здоровье. Население тревожится не только о физическом, но и ментальном состоянии. Потребители ищут продукты для иммунитета натурального и органического происхождения.

Последние исследования показывают, что основные проблемы у людей сегодня связаны с бессонницей, стрессом, памятью и концентрацией внимания. Это обусловлено современным темпом жизни и перенасыщением информацией. Растёт потребность расслабиться и снять стресс. При этом не все хотят пить таблетки и БАД. Всё больше люди задумываются о том, что получать полезные вещества можно вместе с продуктами питания. Как я уже говорила, «ГАБА Иван-чай» – это уникальный напиток, содержащий гамма-аминомасляную кислоту естественного происхождения. Наш «ГАБА Иван-чай» не имеет аналогов в мире по содержанию гамма-аминомасляной кислоты в 100 г сухого чая.

Напиток даёт возможность совместить два в одном: приятный вкус и пользу для организма.

«ГАБА Иван-чай» – продукт новый, мы недавно запустили его в реализацию. Сейчас он доступен только на крупнейших площадках e-commerce. Необходимо время, чтобы потребитель ознакомился с товаром и оценил его качества. Крупнейшие ретейлеры уже проявили интерес к продукту. Напри-

мер, недавно торговая сеть «Ашан» ввела этот товар в свой ассортимент, и «ГАБА Иван-чай» появится на полках уже в мае этого года.

– На рынке представлено огромное количество чая. Почему вдруг появилась необходимость представить ещё одну новинку?

– Несколько лет подряд рынок чая сокращается. В «меню» потребителей появляются новые напитки, соответственно, количество выпиваемых кружек чая уменьшается. В таких условиях обостряется конкуренция, производители играют на понижение цены. Каждая компания пытается привлечь покупателя с помощью больших скидок. Естественно, такая ситуация, когда рост объёмов продаж возможен только за счёт роста промопродаж, влияет и на доходность чайного бизнеса. Для того чтобы в таких условиях уверенно развиваться, необходимо представить рынку что-то абсолютно новое. Казалось бы, чайная категория уже настолько понятна и проста: какие тут могут быть инновации? Тем не менее – меняются потребители и их запросы, что рождает новые потребности, которые мы стараемся удовлетворить.

– Ещё один инновационный продукт компании – чай, который заваривается в холодной воде. Чем обусловлена потребность вывести подобный напиток на рынок?

– Чай в пирамидках CURTIS для заваривания в холодной воде, как и «ГАБА Иван-чай», появился после того, как мы детально изучили потребности и привычки потребителей. Летом, по понятным причинам, большой популярностью пользуются холодные напитки: минеральная вода, чай в бутылках, лимонады и т. д. С другой стороны, потребители всё чаще задумываются не только о вкусе, но и о пользе. А всем известно, что холодный чай в бутылках и лимонады содержат большое количество сахара, да и вообще не полезны для здоровья. Мы пришли к выводу, что нужно предложить чай, который «заварится» в холодной воде, а натуральные добавки в виде фруктов и ягод придадут напитку сладкий вкус, что не потребует добавления сахара. Тем самым мы получили прекрасный продукт на лето.

– За счёт чего удалось добиться «растворения» заварки в холодной воде?

– За счёт инновационной системы обработки сырья паром. Этот специальный пар даёт чайникам возможность раскрыться, благодаря чему чай быстро «заваривается» в холодной воде.

– Потребители уже оценили холодный чай? Он пользуется популярностью?

– Стоит понимать, что это сезонный продукт, который востребован в тёплое время года. Первый раз мы его выпустили на рынок прошлым летом, продукт был представлен практически во всех торговых сетях в течение летних месяцев, и он пользовался популярностью у потребителей. Весь запланированный объём был успешно реализован. В этом году к летнему сезону мы подготовили новые вкусы холодного чая, они появятся на полках магазинов в мае.

– Бренд «Майский» вошёл в историю не только как инноватор, но и стал первым брендом, получившим органический сертификат на территории России. Что это даёт потребителю?

– В первую очередь потребитель, покупая органическую продукцию, может быть уверен в её качестве, так как требования к данной категории довольно высокие. Например, производство органики должно быть обособлено от «обычных» товаров, продукцию даже нельзя смешивать при хранении и транспортировке. При выращивании сырья для органических продуктов запрещается применять химикаты, пестициды и т. д. Также используется безопасная для органической продукции и окружающей среды упаковка. Как правило, она подлежит вторичной переработке или быстро разлагается в природе. Самой экологичной считается тара, сделанная из продуктов вторичной переработки. Использовать, к примеру, поливинилхлорид запрещается.

Стоит отметить, что в России рынок органики ещё только в зачаточном состоянии. Однако, по данным аналитического агентства GfK, около 60% россиян готовы изменить своё потребительское поведение, если оно не будет наносить вред экологии. А 35% потребителей ищут именно те продукты и услуги, которые помогают им вести более здоровый образ жизни.

Потребитель может быть уверен в том, что продукция органическая, если на упаковке присутствует специальный знак, который введён с 1 января 2020 года.

Подготовила Юлия Юдина



VICTORIA GAVRILOVA:

“PEOPLE WANT TO GET NOT ONLY TASTY, BUT ALSO HEALTHY PRODUCT. AND WE GIVE THEM THIS OPPORTUNITY”

According to experts, customer preferences often change, and constant monitoring of their new desires and implementation of innovations is the best strategy for developing a successful business. This is the path taken by the MAY company, which includes five brands. So, one of the most famous tea producers in Russia presented to the market unique novelties: GABA Ivan-chai and CURTIS Cold Tea – natural tea in pyramids, which is brewed in cold water. Victoria Gavrilova, acting Global Director of Marketing at MAY, told us about what caused the appearance of these products, why consumer demands have changed in recent years and how it is possible to find innovative solutions in such a “common” segment as the tea market.

– At the end of 2020, the company introduced the GABA Ivan-chai to the market, which, according to experts, is famous for its beneficial properties and has no analogues in the world. The product is even called innovative. Tell us, what is its uniqueness?

– The essence of this product is that it's a very tasty and healthy Ivan-tea with the content of GABA – gamma-aminobutyric acid.

The production of GABA Ivan-chai is protected by three patents. Gamma-aminobutyric acid is a natural neurotransmitter and has proven properties: it increases brain activity, improves memory and thinking processes, regulates metabolism, and helps to cope with insomnia, depression and stress. Also, this substance helps to focus and maintain memory.

– Have you studied consumer needs before launching a new product on the market? Will this product be in demand?

– We believe the product will be in demand. In general, health care trends have intensified in 2020. The population is worried not only about the physical, but also about the mental state. Consumers are looking for natural and organic products for immunity.

Recent studies show that the main problems in people today are related to insomnia, stress, memory and concentration. This is due to the modern pace of life and information overload. There is a growing need to relax and relieve stress. At the same time, not everyone wants to drink pills and dietary supplements. More and more people are thinking that it's possible to get useful substances along with food. As I already said, GABA Ivan-chai is a unique drink containing naturally occurring gamma-aminobutyric acid. Our GABA Ivan-chai has no analogues in the world in terms of the content of gamma-aminobutyric acid in 100 g of dry tea.

The drink makes it possible to combine two in one: a pleasant taste and benefits for the body.

GABA Ivan-chai is a new product, we have launched it into implementation recently. Now it's available only on the largest e-commerce platforms. It takes time for the consumer to get acquainted with the product and evaluate its quality. Major retailers have already shown interest in the product. For example, recently the Auchan retail chain has introduced this product into its assortment, and GABA Ivan-chai will appear on the shelves in May this year.

– There is a huge amount of tea on the market. Why did it suddenly become necessary to present another novelty?

– The tea market has been shrinking for several years in a row. New drinks appear in the “menu” of consumers, and accordingly, the number of mugs of tea

drunk is decreasing. In such conditions, competition intensifies, manufacturers are playing to lower prices. Every company tries to attract a buyer with big discounts. Naturally, such a situation, when an increase in sales is possible only due to an increase in promotional sales, also affects the profitability of the tea business. In order to confidently develop in such conditions, it's necessary to present something completely new to the market. It would seem that the tea category is already so clear and simple: what kind of innovations can there be? Nevertheless, consumers and their needs are changing, which gives rise to new needs that we are trying to satisfy.

– Another innovative product of the company is tea, which is brewed in cold water. What is the reason for the need to bring such a drink to the market?

– Tea in pyramids CURTIS for brewing in cold water, like GABA Ivan-chai, appeared after we studied in detail the needs and habits of consumers. In summer, for obvious reasons, cold drinks are very popular: mineral water, bottled tea, soft drinks, etc. On the other hand, consumers are increasingly thinking not only about taste, but also about benefits. And everyone knows that cold tea in bottles and soft drinks contain a large amount of sugar, and are generally not useful for health. We came to the conclusion that we need to offer tea that “brews” in cold water, and natural additives in the form of fruits and berries will give the drink a sweet taste that does not require the addition of sugar. Thus, we got a wonderful product for the summer.

– How did you manage to “dissolve” the tea leaves in cold water?

– Due to an innovative system for processing raw materials with steam. This special steam gives the tea leaves the opportunity to open up, thanks to which the tea is quickly “brewed” in cold water.

– Have consumers already appreciated this cold tea? Is it popular?

– It should be understood that this is a seasonal product that is in demand during the warm season. We launched it for the first time last summer, the product was presented in almost all retail chains during the summer months, and it was popular with consumers. The entire planned volume has been successfully sold. This year, for the summer season, we have prepared new flavors of cold tea, they will appear on store shelves in May.

– Maisky Ivan-chai became the first drink to receive an organic certificate in the territory of the Russian Federation. What does this give the consumer?

– First of all, a consumer, buying organic products, can be sure of its quality, since the requirements for this category are quite high. For example, organic production should be segregated from “regular” goods; products should not even be mixed during storage and transportation. When growing raw materials for organic products, it is forbidden to use chemicals, pesticides, etc. Also, packaging that is safe for organic products and the environment is used. It is generally recyclable or rapidly degraded in nature. The most environmentally friendly containers are those made from recycled products. For example, it is prohibited to use polyvinyl chloride.

It should be noted that the organic market in Russia is still in its infancy. However, according to the analytical agency GfK, about 60% of Russians are ready to change their consumer behavior if it does not harm the environment. And 35% of consumers are looking for exactly those products and services that help them lead a healthier lifestyle.

The consumer can be sure that the products are organic if there is a special sign on the packaging, which was introduced from January 1, 2020.

Prepared by Julia Yudina





– Елена Александровна, когда вы были старшеклассницей, ваш отец, профессор и доктор технических наук, хотел видеть дочь инженером, а мама, преподаватель мединститута, мечтала для вас о карьере врача. И удивительно: жизнь всё время возвращала вас к теме именно медицинской техники. Легко ли возглавлять компанию, занимающуюся поставками медоборудования и реализацией комплексных медицинских проектов, когда у вас не медицинское, а техническое образование?

– Действительно, я реализовала видение моей карьеры обоими родителями! Папа хотел, чтобы я стала техническим специалистом и занималась наукой, мама – чтобы стала медиком. И на сегодняшний день я совмещаю эти два направления, занимаясь инженерными проектами и оснащением медицинских учреждений. Родители, которых, к сожалению, уже нет со мной, думаю, были бы довольны!

Да, вначале было нелегко: когда я начала работать в компании General Electric, мне не хватало медицинских знаний, но я всегда много училась. В частности, проходила обучение в штаб-квартире компании в США, где были и курсы по анатомии человека для немедиков, что мне очень пригодилось. К слову, одним из решающих факторов при приёме на работу в General Electric было как раз моё техническое образование. И когда 15 лет назад я организовывала «КЕЛЕАНЗ Медикал», отсутствие медобразования меня уже не смущало: был 11-летний успешный опыт работы в General Electric.

Моё техническое образование и опыт работы в научной сфере позволили мне реализовывать в «КЕЛЕАНЗ Медикал» самые современные технологии. И так как

Н аверное, никогда ещё в истории человечества общество так массово и живо не интересовалось проблемами укомплектованности больниц и медцентров современным оборудованием, его своевременными поставками! Пандемия напомнила людям, как жизненно важен этот момент для каждого из нас. В данной сфере и работает компания «КЕЛЕАНЗ Медикал» во главе с генеральным директором Еленой Кириленко, с которой мы и побеседовали.

Елена Кириленко, «КЕЛЕАНЗ Медикал»: **«Мы внесли достойный вклад в борьбу с пандемией!»**

я с первого дня акцентировалась на сервисной службе, сейчас она является одной из лучших в Петербурге, у нас сильная команда прекрасных инженеров. Всё это говорит о правильности моего выбора.

– Сразу ли нашли «фарватер», по которому пошло дальнейшее развитие компании?

– После 11 лет работы в General Electric я почувствовала, что достигла потолка карьеры. К тому же поняла, что уже в состоянии сама ставить задачи, создавать проекты, организовывать людей. Так возникла идея попробовать себя в собственном бизнесе. «Фарватер» был выбран практически сразу – направление, практически свободное тогда от конкуренции: всё, что касается эпидемиологического режима медучреждений, центральных стерилизационных отделений и реабилитации. В дальнейшем мы пришли и к реализации комплексных проектов. Сервисная служба всегда была серьёзным подспорьем: сегодня она окупает себя, оказывая сервисные услуги нашим заказчикам, поддерживая в работоспособном состоянии медоборудование в их учреждениях. Поэтому нам проще предлагать проекты оснащения: заказчики понимают, что не только будет поставлено оборудование, но и будут гарантированы его сопровождение и ремонт на долгосрочной основе.

– Компания «КЕЛЕАНЗ Медикал» внесла большой вклад в борьбу с пандемией, поставив в специализированные медцентры для лечения пациентов с коронавирусом огромное количество оборудования. Кажется, за эту работу её отметил губернатор Санкт-Петербурга?

– Я действительно получила благодарственное письмо от губернатора. Когда наблюдалась острая нехватка медицинского оборудования, мы поставляли его для лечения пациентов, больных COVID-19, совместно с концерном «Швабе»: почти тысячу мониторов для пациентов, аспираторов, систем шприцевой и инфузионной техники. Когда мы всё это забрали со склада производителя в Москве, встала задача оперативно привезти всё в Петербург, распаковать, проверить

работоспособность и комплектность оборудования, запаковать, развести по медучреждениям. А там – опять распаковать, ввести в эксплуатацию, научить врачей, как пользоваться оборудованием. И мы с этим успешно справились! Наши инженеры весь пик пандемии работали в «красных» зонах. Думаю, мы внесли достойный вклад в борьбу с пандемией и справедливо были отмечены руководством города, что очень приятно.

– Несмотря на преодоленные в 2020-м трудности, компания «КЕЛЕАНЗ Медикал» даже увеличила обороты. А каковы ваши планы?

– Планы очень оптимистичные: сейчас создаётся группа компаний. Отдельным юридическим лицом станет сервисная служба. На базе новой структуры будут также организованы испытательная лаборатория и авторизованные сервисные центры нескольких производителей. Продолжим работу с ведущими российскими и зарубежными производителями, будем делать акцент на импортозамещении, а также комплексном оснащении клиник под ключ.

В 2020 году была создана интернет-площадка Med.Partners, на которой организовано взаимодействие представителей отрасли здравоохранения: технических специалистов, врачей, разработчиков инновационных решений. Площадка начала успешно работать, стартовали наши совместные проекты с инновационными разработчиками технологий, применявшихся в других сферах. Мы совместно с медиками решаем вопросы, каким образом эти технологические инновации можно применить для отрасли здравоохранения. Сейчас мы выстраиваем взаимодействие с технологическими акселераторами нескольких очень крупных корпораций, наши проекты их заинтересовали.

Развиваются наши благотворительные проекты. Программа профессиональной ориентации детей, оказавшихся без попечения родителей, охватывает уже несколько детских домов.

Мы уверенно смотрим в будущее и идём вперёд!

Беседовала Елена Александрова

Probably, never before in the history of mankind has society been so massively and vividly interested in the problems of staffing hospitals and medical centers with modern equipment and its timely deliveries! The pandemic has reminded people of how vital this moment is for each of us. The KELEANZ Medical company is working in this area, headed by its CEO Elena Kirilenko, with whom we talked.



Elena Kirilenko, KELEANZ Medical: “We have made a worthy contribution to the fight against the pandemic!”

– Mrs. Kirilenko, when you were a high school student, your father, a professor and doctor of technical sciences, wanted to see his daughter as an engineer, and your mother, a teacher at the medical institute, dreamed of a career of a doctor for you. And surprisingly, life has always brought you back to the topic of medical technology. Is it easy to lead a company that supplies medical equipment and implements complex medical projects when you have not a medical, but a technical background?

– Indeed, I have realized the vision of my career of both parents! My dad wanted me to become a technical specialist and study science, my mother wanted me to become a doctor. And today I combine these two directions, doing engineering projects and equipping medical institutions. Parents, who, unfortunately, are no longer with me, I think, would be happy!

Yes, at first it was not easy: when I started working at General Electric, I lacked medical knowledge, but I always studied a lot. In particular, I was trained at the company's headquarters in the United States, where there were courses in human anatomy for non-physicians, which was very useful to me. By the way, one of the decisive factors when applying for a job at General Electric was just my technical education. And when 15 years ago I organized KELEANZ Medical, the lack of medical education didn't bother me anymore: I had 11 years of successful work experience at General Electric.

My technical education and experience in the scientific field allowed me to implement the most modern technologies at KELEANZ Medical. And since I focused on the service department from the first day, now it's one of the best in St. Petersburg, we have a strong team of excellent engineers. All this speaks about the correctness of my choice.

– Did you immediately find the “fairway” along which the further development of the company went?

– After 11 years at General Electric, I felt like I had reached my career ceiling. In addition, I realized that I was already able to set tasks myself, create projects, organize people. So, the idea arose to try my own business. This “fairway” was chosen almost immediately – a direction that was practically free of competition at that time: everything related to the epidemiological regime of medical institutions, central sterilization departments and rehabilitation. In the future, we came to the implementation of complex projects. The service department has always been a serious help: today it pays for itself by providing service to our customers, keeping the medical equipment in their institutions in working order. Therefore, it's easier for us to offer equipment projects: customers understand that not only equipment will be supplied, but also its maintenance and repair will be guaranteed on a long-term basis.

– KELEANZ Medical has made a great contribution to the fight against the pandemic by supplying a huge amount of equipment to specialized medical centers for the treatment of patients with coronavirus. It seems that the governor of St. Petersburg noted you for this work?

– I received a letter of thanks from the Governor. When there was an acute shortage of medical equipment, we supplied it for the treatment of patients with COVID-19, together with Shvabe Holding: almost a thousand patient monitors, aspirators, syringe and infusion equipment systems. When we took all this from the manufacturer's warehouse in Moscow, the task arose to promptly bring everything to St. Petersburg, unpack, check the operability and completeness of the equipment, pack it, and distribute it to medical institutions. And then –

to unpack it again, put it into operation, train doctors how to use the equipment. And we have successfully dealt with it! Our engineers worked in the “red” zones during the entire peak of the pandemic. I think we made a worthy contribution to the fight against the pandemic and were rightly noted by the city leadership, which is very pleasant.

– Despite the difficulties you overcame in 2020, KELEANZ Medical even increased its turnover. What are your plans?

– The plans are very optimistic: a group of companies is being created now. The service department will become a separate legal entity. A test laboratory and authorized service centers of several manufacturers will also be organized on the basis of the new structure. We will continue to work with leading Russian and foreign manufacturers, we will focus on import substitution, as well as complex turnkey equipment of clinics.

In 2020, the Med.Partners Internet platform was created, where the interaction of representatives of the healthcare industry is organized: technical specialists, doctors, developers of innovative solutions. The site began to work successfully, we started our joint projects with innovative developers of technologies used in other areas. We are working with healthcare providers to address how these technological innovations can be applied to the healthcare industry. Now we are building interaction with technological accelerators of several very large corporations, they are interested in our projects.

Our charitable projects are developing. The vocational guidance program for children without parental care has already covered several orphanages.

We are confidently looking into the future and moving forward!

Interviewed by Elena Alexandrova



– **Александр Львович, компания «КРИПТЕН» была основана в конце 1990-х как научно-производственное объединение. А на какой базе? И конечно, неспроста она возникла именно в Дубне? Вы принимали участие в её создании или пришли позже? Правда ли, что первые защитные технологии для подтверждения подлинности товаров, разработанные «КРИПТЕН», очень помогли в борьбе с фальсификатом, наводнившим рынок в тот период?**

– Открытое акционерное общество «Научно-производственное объединение «КРИПТЕН» было учреждено ОАО «Приборный завод «Тензор» Министерства РФ по атомной энергетике и промышленности в 1997 году. Основными предпосылками для организации предприятия именно здесь были наличие высококвалифицированных кадров, имеющих большой опыт работы в микроэлектронике, ядерной физике, а также наличие производственных мощностей, максимально подготовленных для производства наукоёмкой и технологичной продукции.

До того как стать генеральным директором, я на протяжении нескольких лет был председателем совета директоров компании «КРИПТЕН» и присматривался к тому, какими могут быть новые методы работы, какие технологии можно использовать. И придя на эту должность, имел уже хороший задел относительно представлений о том, что можно улучшить.

В те годы одним из популярных трендов в защите от подделки и подтверждении подлинности товара было как раз использование голограмм. Можно вспомнить популярные тогда рекламные ролики водки «Распутин» с изображением портрета Распутина на голограмме. Если Распутин подмигивал – продукт был оригинальным. Торговая марка «Довгань» также массово использовала голограмму в своём продвижении. Ни одна видео- или аудиокассета в

С тех пор как в 1971 году британский физик венгерского происхождения Денеш Габор получил Нобелевскую премию по физике «За изобретение и развитие голографического принципа», технологии голографии проделали огромный путь и, несомненно, сегодня удивили бы своего создателя. Денеш, составивший и само слово «голография» из древнегреческих слов ὅλος («всё») и γράφω («рисую»), смог с помощью дуговой ртутной лампы изготовить лишь голограммы крайне низкого качества. Всё изменилось после внедрения лазеров, а нынешние возможности технологии впечатляют даже самых продвинутых специалистов. Такие как раз и работают в АО «НПО «КРИПТЕН», с генеральным директором которого, Александром Лисовским, мы побеседовали.

АО «НПО «КРИПТЕН»: защита на мировом уровне

те времена не обходилась без голограммы. Уникальность технологии, сложность в изготовлении и большие вложения в производство позволили использовать голограмму как надёжный защитный элемент и в других областях.

Начиная с 1999 года голограмма как элемент защиты появилась на региональных акцизных марках на алкогольной продукции, а затем, с 2006 года, и на федеральной марке, ставшей единой. Внедрение голографических защитных элементов не только на акцизных марках, но и на многих документах строгой отчетности (талоны техосмотра автотранспорта, паспорта технических средств, бланки лицензий, билетов и др.) позволило существенно снизить оборот контрафакта. На сегодня наличие оптически переменного защитного элемента – голограммы – можно считать стандартным требованием для документов, удостоверяющих личность, дорожных документов и денежных знаков.

– **НПО «КРИПТЕН» на сегодняшний день – лидер российского рынка в своей области. А что представляет собой ваше предприятие?**

– Среднегодовой объём производства защитных знаков составляет 4 млн кв. м² голографической продукции. Штат компании – около 500 человек, пятая его часть – научный и инженерно-технический состав.

Парк оборудования – более 70 ед. известных зарубежных марок на 10 тыс. м² производственных площадей.

«КРИПТЕН» до 30% прибыли инвестирует в разработку и внедрение передовых защитных технологий. Высокий научно-технический потенциал, наряду с современной лабораторно-исследовательской базой, позволяет предприятию лидировать в разработке современных средств защиты и маркировки документов, банкнот и товаров.

Предприятие владеет 22 патентами РФ, ЕАПО, РСТ, технологиями собственной разработки и ноу-хау, и оно зарегистрировало восемь товарных знаков. Компания с 1998 года является членом Международной ассоциации производителей голограмм – International Hologram Manufacturers Association (IHMA).

– **«КРИПТЕН» специализируется на разработке и производстве голографических оптических защитных элементов всех типов с возможностью визуального и инструментального контроля их подлинности, производит весь спектр продуктов для защиты полиграфии. А каков этот спектр?**

– Голограмма (оптически переменный защитный элемент – как более обобщённый термин) может быть как рельефно-фазовым защитным элементом на металлизированной основе, так и объёмно-фазовым на фотополимерной основе, а также их комбинацией с использованием иных оптических эффектов: поляризационных, цветопеременных, ленткулярных или сферических растров, жидких кристаллов и пр.

Наверное, я не буду утомлять читателей перечислением всего спектра нашей продукции и сфер, в которых она используется: список изобилует специфическими терминами, понятными далеко не всем.

Скажу лишь, что наряду с традиционными радужными голограммами одними из самых востребованных и конкурентоспособных на рынке защитной полиграфии являются наши собственные разработки.

3D-Gram® – защитный знак на основе объёмной голограммы на фотополимерной основе, не поддающийся копированию и разделению.

НIT® – цветной скрытый (невидимый) защитный знак, визуализируемый при помощи простого идентификатора или любого смартфона. Элемент НIT® имеет широкие возможности по внедрению в

качестве визуального и машиночитаемого защитного признака.

JoStick® – специальный голографический защитный знак, используемый в пластиковых картах для защиты персональной информации. Сохраняет свои свойства при процессе изготовления пластиковых карт, не может быть разделён без разрушения структуры. Поддерживает любую технологию персонализации карты.

UV-Switch® – цветной скрытый (невидимый) защитный знак, визуализируемый при помощи ультрафиолетового источника света.

Vivat – цветопеременный защитный знак, который невозможно воспроизвести обычными типографскими методами.

HPMD – защитный знак, изготовленный по уникальной технологии высокоточной деметаллизации. Позволяет совмещать голографическое и деметаллизированное изображение с нулевым отклонением.

Multi-metallic coatings – защитный элемент, содержащий совмещённые изображения, выполненные различными металлами.

– В нашем глобальном мире в любой сфере существуют страны-лидеры, «среднее звено» и «аутсайдеры». А какую из позиций в сфере продуктов для защиты полиграфии занимает Россия?

– Сложно нам самим оценивать собственную позицию в сфере производства продуктов для защиты полиграфии! Но можно сказать, что в России (да и на всём постсоветском пространстве) «КРИПТЕН» – наиболее крупная компания по производству оптических защитных элементов. Среди мировых производителей мы занимаем более скромные позиции, но и там не теряемся. Как подтверждение тому: на последней конференции International Hologram Manufacturers Association наша демонстрационная банкнота «Антарктида 200 3D» с защитной лентой 3D-GramTM стала обладателем приза зрительских симпатий конкурса Excellence in Holography Awards 2020.

– Среди ваших заказчиков – более 200 крупных предприятий, из которых основное – АО «Гознак». Это для обывателя «фирма, где печатают деньги». А ваши специалисты принимают участие в разработке защиты российских банкнот?

– Мировая тенденция «фирм, где печатают деньги» – «работать в тишине», не афишировать свою деятельность. Несомненно, мы, как российские лидеры в области защитной голографии, принимаем активное участие как в производстве текущих заказов, так и в перспективных разработках.

– Какова география распространения вашей продукции?

– География поставок нашей продукции обширна. Большинство наших заказчиков – государственные и муниципальные структуры, идёт централизованная поставка продукции в большинство регионов РФ. Наша продукция востребована и производителями защищённой полиграфической продукции, тогда голограмма в качестве составляющей части поставляется как защищённая полиграфия.

– Вы кандидат экономических наук и имеете степень MBA Стокгольмской школы экономики. Но, говорят, западные технологии управления в российской реальности часто прокукуывают? Какие принципы считаете основополагающими для успешного развития и процветания предприятия?

– В западных школах экономики существуют разные технологии, и эти модели действительно порой не слишком годятся для нашей практики из-за разной ментальности и требуют корректировки. Тем не менее – основные принципы управления сохраняются. В целом многообразие управленческих технологий, предлагаемых западной экономикой, вполне реально адаптировать у нас, в случае если соблюдаются условия по структуре предприятия и подготовке его работников.

Что касается требований и особенностей, я бы сказал, что основное, чего бы хотелось – развить творческий потенциал сотрудников и предоставить возможность его реализации для каждого из них. Тогда мы придём к отличному симбиозу: человек, приходя на работу, начинает радостно творить и получает удовольствие от этого, а предприятие, объединяя огромный потенциал сотрудников, достигает удивительных результатов на рынке!

– Как предприятие переживает пандемию и коронакризис? Вы ведь даже медицинские маски изготавливали, хоть это совсем не ваш профиль?

– Прошедший год был, конечно, непростым. Как и все, мы прошли через сложности пандемии: это и временный локдаун, и работа в ограниченном режиме, кто-то из сотрудников переболел. Главная задача была и осталась – обеспечить стабильный

режим работы предприятия, гарантированные поставки по действующим контрактам.

Изготовление масок, кстати, у нас не закрылось и продолжает работать достаточно успешно. Весьма вероятно, что оно у нас останется наравне с основной деятельностью.

– Вы являетесь постоянным членом оргкомитета международной конференции «ГОЛОЭКСПО», проводимой с 2004 года? А в 2021-м планируется её проведение? «КРИПТЕН» будет участвовать?

– С самого первого мероприятия в 2004 году и до планируемой XVIII международной конференции по голографии и прикладным оптическим технологиям «ГОЛОЭКСПО-2021» (HOLOEXPO 2021) мы являемся её генеральным спонсором. В 2021 году конференция планируется на 21-22 сентября и пройдёт в Геленджике. Сейчас идёт интенсивная подготовка к её проведению. Мы обязательно будем в ней участвовать, для нас это важное мероприятие, ведь это единственная площадка на территории СНГ, где могут встретиться специалисты и научные работники из области прикладной оптики, голографии, где происходит встреча бизнеса и науки.

– Каковы тенденции и направления развития в вашей сфере? Какие есть планы у предприятия на наступивший год, а в долгосрочной перспективе?

– Что касается стратегии долгосрочного развития, она до конца ещё не понятна, потому что на сегодняшний день, работая в полиграфии, мы имеем сжимающийся рынок, что обусловлено «наступлением» цифровых технологий. Однако постепенно становится очевидным то, что некоторые направления, сейчас переходящие «под цифру», необходимо вновь вернуть на какие-то бумажные носители. Поэтому можно говорить о том, что полиграфическая отрасль не столь быстро, как предполагалось, будет сокращаться. Что касается текущих планов, в этом году мы останемся в области полиграфии, будем развивать это направление, создавать новые изделия, новые продукты, интересные нашим заказчикам.

Беседовала Елена Александрова



Since the Hungarian-born British physicist Dennis Gabor received the Nobel Prize in Physics for the invention and development of the holographic principle in 1971, holographic technologies have passed a long way and would undoubtedly surprise their creator today. Dennis, who composed the word “holography” from the ancient Greek words ὅλος (“everything”) and γράφω (“draw”), was able to make only extremely low-quality holograms with the help of an arc mercury lamp. Everything changed after the introduction of lasers, and the current capabilities of the technology impress even the most advanced specialists. Such people work in JSC RPC KRYPTEN, with the CEO of which, Alexander Lisovsky, we talked.



JSC RPC KRYPTEN: protection at the world level

– Mr. Lisovsky, KRYPTEN was founded in the late 1990s as a research and production association. What was the basis? And of course, it was not without purpose that it was founded precisely in Dubna? Did you take part in its creation or did you come later? Is it true that the first security technologies developed by KRYPTEN to confirm the authenticity of goods helped a lot in the fight against counterfeiting that flooded the market during that period?

– JSC RPC KRYPTEN was established by OJSC Pribornyy Zavod Tenzor of the Ministry of the Russian Federation for Atomic Energy and Industry in 1997. The main prerequisites for the organization of the enterprise here were the availability of highly qualified personnel with extensive experience in microelectronics, nuclear physics, as well as the availability of production facilities that were ready for the production of science-intensive and technological products.

Before becoming CEO, I was the Chairman of the Board of Directors of KRYPTEN for several years and looked closely at what new methods of work could be applied, what technologies could be used. And having come to this position, I already had a good groundwork regarding ideas about what could be improved.

In those years, one of the popular trends in protection against counterfeiting and confirmation of the authenticity of goods was just the use of holograms. One can recall the then popular commercials for Rasputin vodka with the image of Rasputin's portrait on a hologram. If Rasputin winked, the product was original. The Dovgan

trademark also massively used a hologram in its promotion. Not a single video or audio cassette in those days was complete without a hologram. The uniqueness of the technology, the complexity of manufacturing and large investments in production have made it possible to use the hologram as a reliable security element in other areas as well.

Since 1999, the hologram as an element of protection has appeared on regional excise stamps on alcoholic beverages, and then, since 2006, on a federal stamp that has become unified. The introduction of holographic security elements not only on excise stamps, but also on many documents of strict reporting (vehicle inspection coupons, technical means passports, license forms, tickets, etc.) made it possible to significantly reduce counterfeit turnover. Today, the presence of an optically variable security element – a hologram – can be considered a standard requirement for identity documents, travel documents and banknotes.

– RPC KRYPTEN today is the leader of the Russian market in its field. What is your business?

– The average annual production of security signs is 4 million square meters of holographic products. The staff of the company is about 500 people, a fifth is scientific and engineering staff.

The equipment park includes more than 70 units of famous foreign brands on 10 thousand square meters of production area.

KRYPTEN invests up to 30% of profits in the development and implementation of advanced security technologies. High

scientific and technical potential, along with a modern laboratory and research base, allows the company to lead in the development of modern means of protection and marking of documents, banknotes and goods.

The company owns 22 patents of the Russian Federation, EAPO, PCT, proprietary technologies and know-how, and it has registered eight trademarks. The company has become a member of the International Hologram Manufacturers Association (IHMA) in 1998.

– KRYPTEN specializes in the development and production of holographic optical security elements of all types with the possibility of visual and instrumental control of their authenticity, manufactures a full range of products for printing security. What is this range?

– A hologram (optically variable security element – as a more generalized term) can be both a relief-phase security element on a metallized base, and a volume-phase security element on a photopolymer base, as well as their combination with the use of other optical effects: polarization, color-variable, lenticular or spherical rasters, liquid crystals, etc.

Probably, I will not bore readers with a listing of the entire range of our products and the areas in which they are used: the list is replete with specific terms that are not easy to understand.

I will only say that along with traditional rainbow holograms, our own developments are among the most popular and competitive in the security printing market.

3D-Gram® – a security mark based on a volumetric hologram on a photopolymer base, not amenable to copying and separating.

HIT® – a colored hidden (invisible) security sign, visualized using a simple identifier or any smartphone. The HIT® element has ample opportunities for implementation as a visual and machine-readable security feature.

JoStick® – a special holographic security sign used in plastic cards to protect personal information. It retains its properties during the process of making plastic cards, cannot be separated without destroying the structure. It supports any card personalization technology.

UV-Switch® – a colored hidden (invisible) security mark visualized with an ultraviolet light source.

Vivat – a color-variable security mark that cannot be reproduced with conventional printing techniques.

HPMD – a security sign made using a unique technology of high-precision demetallization. Allows combining holographic and demetallized images with zero deflection.

Multi-metallic coatings – a security element containing combined images made of different metals.

– In our global world, in any area, there are leading countries, “middle tiers” and “outsiders”. And what position does Russia occupy in the field of products for the protection of printing?

– It's difficult for us to assess our own position in the field of production of products for the protection of printing! But we can say that in Russia (and throughout the entire post-Soviet space) KRYPTEN is the largest company for the production of optical protective elements. We occupy a more modest position among world manufacturers, but we are not lost there either. As proof of this: at the last International Hologram Manufacturers Association conference, our Antarctica 200 3D demo banknote with 3D-Gram™ security tape won the Audience Award at the Excellence in Holography Awards 2020.

– There are more than 200 large enterprises among your customers, of which the main one is JSC Goznak. For the layman, this is “a

company where money is printed.” Do your specialists take part in the development of protection for Russian banknotes?

– The global tendency of “firms that print money” is “to work in silence”, not to advertise their activities. Undoubtedly, we, as Russian leaders in the field of security holography, take an active part both in the production of current orders and in promising developments.

– What is the geography of your products distribution?

– The geography of deliveries of our products is extensive. Most of our customers are state and municipal structures; there is a centralized supply of products to most regions of the Russian Federation. Our products are also in demand by manufacturers of security printing products, then the hologram as a component is supplied as security printing.

– You are a PhD in Economics and got the MBA degree at the Stockholm School of Economics. But, they say, Western management technologies often stall in Russian reality? What principles do you consider fundamental for the successful development and prosperity of the enterprise?

– There are different technologies in Western schools of economics, and these models are really sometimes not very suitable for our practice due to different mentality and require adjustment. Nevertheless, the basic principles of management are preserved. In general, the variety of management technologies offered by the Western economy is quite suitable to adapt in our country, if the conditions for the structure of the enterprise and the training of its employees are met.

As for the requirements and features, I would say that the main thing I would like is to develop is the creative potential of employees and provide an opportunity for its implementation for each of them. Then we will come to an excellent symbiosis: a person, coming to work, begins to create joyfully and enjoys it, and the company, combining the huge potential of its employees, achieves amazing results in the market!

– How is the company coping with the pandemic and coronavirus crisis? You even made medical masks, even though this is not your profile at all.

– The past year was, of course, difficult. Like everyone else, we went through the difficulties of the pandemic: this is a temporary lockdown, and work in a limited mode, one of the employees has been ill. The main task was and remains – to ensure a stable operation of the enterprise, guaranteed supplies under existing contracts.

By the way, we have not closed the production of masks and continue to work in this area quite successfully. It's very likely that it will remain on a par with our main activity.

– Are you a permanent member of the organizing committee of the international conference HOLOEXPO, held since 2004? Is it planned to hold it in 2021? Will KRYPTEN participate?

– From the very first event in 2004 to the planned XVIII International Conference on Holography and Applied Optical Technologies HOLOEXPO 2021, we are its general sponsor. In 2021, the conference is planned for September 21-22 and will be held in Gelendzhik. Now there is an intensive preparation for its implementation. We will definitely participate in it, this is an important event for us, because this is the only platform in the CIS where specialists and scientists from the field of applied optics, holography can meet, where business and science meet.

– What are the trends and areas of development in your filed? What plans does the company have for the coming year, and in the long term?

– As for the strategy of long-term development, it's not yet fully clear, because today, working in the printing industry, we have a shrinking market, which is due to the “onset” of digital technologies. However, it's gradually becoming obvious that some areas that are now moving “digital” need to be returned to some kind of paper media. Therefore, we can say that the printing industry will not shrink as quickly as expected. As for current plans, this year we will remain in the field of printing, we will develop this direction, create new products, new products that are interesting to our customers.

Interviewed by Elena Alexandrova



Артём Чесноков: «Я не преследую цель выгодно продать тот или иной объект, а хочу помочь клиенту найти дом его мечты»

Как выбрать хороший дом для загородной жизни? При ответе на этот вопрос необходимо учесть множество нюансов: например, как построен дом, где он находится, какая там экологическая обстановка. Не имея опыта и не будучи экспертом, человек с трудом представляет, во что в будущем выльется такая покупка, какие моменты будут приносить радость, а какие — омрачать проживание. О новой услуге на рынке недвижимости, которая поможет людям в поиске, а также о том, как выстраиваются экосистемы в загородном пространстве, нам рассказал Артём Чесноков, генеральный директор и эксперт агентства по поиску земельных участков и загородных домов CASACONSULT, совладелец компании-застройщика клубного посёлка Сувантоярви в Ленинградской области.



– Вы выводите на рынок новое консалтинговое агентство полного цикла загородной недвижимости CASACONSULT. Чем обусловлена необходимость появления подобной организации, ведь этот рынок считается уже сформировавшимся?

– Наши услуги будут отличаться от того, что уже есть на рынке консалтинга. Мы будем оказывать помощь в выборе земельного участка или загородного дома, выстраивать работу под запросы клиента. Дело в том, что не у каждого есть время на то, чтобы заниматься этими вопросами, на которые необходимо задействовать много ресурсов. Обратившись к нам, клиент просто обозначит, какой объект он хочет, где тот должен территориально располагаться, насколько развитой должна быть инфраструктура и т. д. И мы подберём несколько вариантов с учётом всех пожеланий. А вот дальше человек сам решит, нужна ли ему наша помощь по юридическому сопровождению сделки.

– То есть ваши консультационные услуги ни к чему не обязывают клиента в дальнейшем?

– Совершенно верно. Он может сам оформить покупку или обратиться в другую фирму.

Сегодня многие компании пытаются выжать из клиента как можно больше. Например, заключают договор с коттеджным посёлком и потом продают именно эти объекты. В погоне за прибылью мы забываем то, ради чего существуют наши агентства. Клиент должен остаться доволен, ведь он совершает крупную покупку: приобретение земельного участка или дома — это не ремонт, который можно переделывать каждый год, а серьёзное вложение денег, и мы должны это понимать.

– Когда агентство заработает и какими будут цены на услуги?

– Полноценно компания начнёт работать уже в начале апреля. Сейчас идёт формирование бизнес-аккаунтов и брендинга. Мы планируем консультировать в месяц максимум 10 человек, только так можно выстроить индивидуальную работу под каждого клиента. Также не будем работать с объектами стоимостью ниже 2,5 млн руб., так как в этом случае человеку выгоднее купить одноразовую консультацию за 20 тыс. руб., где он сможет задать все вопросы и получить максимум информации о том, как ему выбрать участок или дом. Наши услуги будут стоить порядка 100–150 тыс. руб. В стоимость входит подбор объекта с учётом желаемой локации и с необходимым набором коммуникаций. На выбор мы предоставим минимум 15 объектов и сами произведём объезд этих территорий. На сегодняшний день мы уже работаем по Ленинградской области и ведём переговоры, чтобы включить в нашу базу объекты Краснодарского края и Германии.

– Расскажите, как у вас сформировалась подобная модель бизнеса на рынке загородной недвижимости?

– Я много лет занимался проектом «Сувантоярви» и достаточно успешно изучил маркетинг, уловив суть продаж. Я знаю, как это трудно — выбрать объект загородной недвижимости. Кстати, недавно сам покупал участок и, несмотря на то, что знаю все подводные камни этого рынка, процесс занял у меня четыре месяца. Так появилась идея создать подобный бизнес. Новаторство заключается в том, что я не преследую цель выгодно продать тот

или иной объект, а хочу помочь клиенту найти дом его мечты.

– Как сейчас развивается проект «Сувантоярви»? В какой стадии он находится?

– Работы подошли к финалу: сейчас заканчивается газоснабжение, скоро начнётся сдача объекта в эксплуатацию. Параллельно идут работы по благоустройству территории. Кстати, осталось всего 15 свободных участков, все остальные раскупили.

– В посёлке получилось выдержать единый концептуальный стиль?

– Мы решили не ограничивать жителей в части архитектурных форм и используемых материалов для строительства. А вот в плане цветовых решений «поблажек» не было. Так в посёлке сформировалась единая фоновая палитра. Кстати, это наше нововведение.

– Сегодня много говорят о том, что в ближайшее десятилетие современные жилые комплексы превратятся в настоящие экосистемы. Как вы думаете, посёлок Сувантоярви готов к этому?

– Я считаю, он не только готов, а уже на пути к этому. Говоря о загородном посёлке, где проживает более 150 семей, мы понимаем, что люди сами формируют здесь территорию. Исходя из потребностей жителей появляются рестораны, спортивные площадки, магазины первой необходимости. То есть формируется некое сообщество людей по интересам и, безусловно, выстраивается целая экосистема.

Беседовала Юлия Юдина

How to choose a good house for suburban residence? There are many nuances to consider when answering this question: for example, the way the house is built, its location, the environmental situation in the area. Not having experience and not being an expert, one can hardly imagine what the purchase will cost in the future, which aspects will bring joy, and which will spoil the living.

Artem Chesnokov, CEO and expert of the CASACONSULT agency, Co-owner of the developer-company of the Suvantojärvi village in the Leningrad region, told us about the new service on the real estate market, which will help people in their search and explained how ecosystems are built in the countryside.

Artem Chesnokov:

“I aim to help a client to find the house of their dreams, not to sell this or that property for a good price”



– You introduce to the market a new full-service consulting agency for countryside real estate – CASACONSULT. What is the reason for such an organization to appear, given the fact that this market is considered to be already mature?

– Our services will be different from those already on the consultancy market. We will assist in the selection of a plot of land or a country house, and structure the work according to the needs of our clients. The fact is that not everyone has the time to deal with those issues which require many resources. By contacting us, the client simply indicates what kind of property s/he wants, where it should be located, how developed the infrastructure should be, etc. And we will choose several options, taking into account all the wishes. Further it is up to the client to decide whether s/he needs our help with legal support for the purchase of the property.

– So, does it mean that your consultancy service obliges the client for no further action afterwards?

– Absolutely. The customer can make the purchase on her/his own, or s/he can apply to another agency.

Today, many companies try to squeeze as much as possible out of the client. For example, they conclude a contract with a housing estate and then sell just these properties. In the rush for profit, we forget what our agencies exist for. The client must be satisfied because s/he is making a major purchase: the purchase of a plot of land or a house is not something that can be renovated every year, but a serious investment, and we need to understand that.

– When the agency will be operating and what will be the prices for its services?

– The company will be ready for full operation as early as the beginning of April. Right now, business accounts and branding are being developed. We plan to advise a maximum of 10 people a month, as this is the only way to build individual work for each client. Also, we will not work with the objects with the cost lower than 2.5 million rubles, because in this case it is more profitable for a person to buy a single consultation for 20 thousand rubles, on which s/he can ask all the questions and receive the maximum information on how to choose a plot or a house. Our services will cost about 100-150 thousand rubles. The price includes the selection of an object according to the desired location and with the necessary set of utilities. We will provide at least 15 sites to choose from and we ourselves will make a tour over these properties. For today, we have already covered the Leningrad region and are negotiating to include objects from Krasnodar Krai and Germany in our database.

– Can you tell us how such a business model came about on the market for suburban property?

– I have been involved in the Suvantojärvi project for many years and have studied

marketing quite successfully by catching the essence of sales. I know how difficult it is to choose a suburban property. By the way, recently I bought a plot of land myself and, despite knowing all the pitfalls of this market, the process took me four months. That is how the idea of setting up a similar business came about. The novelty lies in the fact that I aim to help a client to find the house of their dreams, not to sell this or that property for a good price.

– How is the Suvantojärvi project developing now? What stage is it at?

– The works are at the final stage: the gas supply is now finished, and the commissioning of the project will soon be started. In parallel, the landscaping works are in progress. By the way, there are only 15 vacant lots left, all the rest are sold out.

– Has the village succeeded in maintaining a uniform conceptual style?

– We decided not to limit the residents in terms of architectural forms and materials used for construction. But in terms of colour solutions, we made no “concessions”. That’s how the township formed a single dominant colour palette. By the way, this is our innovation.

– Today people say that in the next decade modern residential complexes will turn into real ecosystems. Do you think Suvantojärvi is ready for that?

– I think it is not only ready, but already on its way. Speaking about the suburban village, where live more than 150 families, we understand that people form the territory there themselves. On the basis of the needs of the residents we create restaurants, sports grounds, basic necessities shops. In other words, there is a certain community of people of interest, and of course the entire ecosystem is being generated.

The interview was taken by Julia Yudina



Юрий Гребё, Plastmass Group: «Развитие рынка композитов для России жизненно необходимо!»

Высокотехнологичные полимеры – материалы нового поколения, обладающие свойствами, не встречающимися в природе. В отличие от традиционных материалов, скажем, металлов, они не требуют смазки, более износостойки, не подвержены коррозии, проще обрабатываются и намного меньше весят. «За этими удивительными материалами – завтрашний день многих областей промышленности, строительства, медицины и не только!» – считает генеральный директор компании Plastmass Group Юрий Гребё.

– Юрий Иванович, вы уже много лет руководите компанией, производящей полимерные материалы. А как вы к этому пришли?

– Сразу после армии я уехал в Германию, чтобы изучить технологии и внедрить их на наш рынок. Полимерные материалы, используемые в различных деталях и механизмах как замена традиционным, в отечественной промышленности стали использоваться не сразу. В 2006 году я начал импортировать в Россию инженерные пластики из Германии. Тогда на заводах с трудом соглашались попробовать новые материалы, однако после 2008 года в продажах произошёл сильный рывок: Россия захотела, чтобы всё работало долго и при этом стоило недорого.

До 2014 года Plastmass Group продавала в России продукцию немецких компаний-производителей. Российские потребители к материалу привыкали, продажи быстро росли. Однако девальвация рубля в 2014-м укрепила мои намерения открыть своё производство. И уже в 2014 году началось производство на арендованных площадях, а полтора года назад Plastmass Group выкупила помещения в подмосковном Щёлково.

– Что представляет собой ваша компания сегодня?

– Компания Plastmass Group – это свыше 1000 тонн готовой продукции в постоянном наличии на складах, более 15 000 м² производственных и административных помещений, 25 филиалов и представительств. Производство и склад расположены в подмосковном Щёлково, центральный офис – в Москве.

У компании собственный парк высокотехнологичного новейшего оборудования от ведущих европейских производителей, позволяющего добиться высочайшего качества продукции.

ООО «ТД Пластмасс Групп» имеет сертификат ISO 9001:2015.

Продукция компании находится в экспортном каталоге «Сделано в Москве» и зарегистрирована в Перечне инновационной, высокотехнологичной продукции и технологий. Некоторые детали технологии защищены патентами РФ. Компания входит в национальный рейтинг быстрорастущих технологических компаний «ТехУспех».

– Трудно назвать сферу, где продукция Plastmass Group не употребляется. А где она особенно незаменима? Насколько важно производить композиты в России?

– Инженерные пластики – полимеры, модифицированные для получения улучшенных эксплуатационных и потребительских свойств, они применяются в самых разных отраслях. Эти материалы могут стоить немного дороже в начале проекта, но их способность выполнять уникальные проектные спецификации и минимизировать риск отказа инженерных изделий быстро оправдывает инвестиции.

Благодаря непрерывности инвестиций в ресурсы, технологии и интеллектуальную собственность антифрикционные материалы нового поколения TM ZEDEX и INKULEN PE с успехом применяются в узлах трения-скольжения механизмов, для защиты рабочих поверхностей оборудования в химической, горнодобывающей, нефтеперерабатывающей и атомной промышленности, широко употребляются в медицине.

Развитие рынка композитов для их повсеместного применения в производстве и строительстве России жизненно необходимо: без этого она столкнётся с риском потери конкурентоспособности своей экономики в мире.

Важность этого не раз подчёркивал президент РФ Владимир Путин, отмечая, что западные страны давно и с огромным успехом применяют композитные материалы практически во всех сферах.

– Вы поставляете продукцию не только в разные регионы России, но и в другие страны. Какие?

– Уже сейчас мы экспортируем нашу продукцию в Китай, США, Южную Корею, ОАЭ, Индию, Беларусь, Казахстан. В ближайшее время компания планирует не только нарастить экспорт, но и расширить его в страны ЕС, Канаду, Бразилию, Таиланд и др.

– Какие инновации вы успешно внедрили в последнее время и какие на очереди?

– В последнее время был выведен на рынок СВМПЭ (конструкционный материал с чрезвычайно высокой износостойкостью и превосходными свойствами скольжения), аналогов которому нет в России. Благодаря

этому на рынке появился новый уникальный продукт – синтетический лёд ULTRA Plast-ICE, который, по сравнению с аналогами, не требует смазки эмульсией. Синтетический лёд производства Plastmass Group был зарегистрирован в Перечне инновационной, высокотехнологичной продукции Москвы.

– Каковы планы Plastmass Group?

– Грядёт 15-летний юбилей первого появления наших материалов на российском рынке! В 2021-м мы планируем покупку пресса для производства листов СВМПЭ с производительностью до 5 тыс. тонн. У нас будет самый большой в мире пресс, полностью автоматизированный, длиной 50 м и высотой с пятиэтажный дом!

Хотим воплотить все нереализованные из-за пандемии планы и наладить экспорт в Польшу, Германию, Францию, Мексику, Канаду, увеличив экспортный оборот минимум в 2,5 раза. Также в планах – значительно нарастить оборот на внутреннем рынке благодаря применению наших материалов в высокотехнологичных отраслях и обеспечению самой низкой цены на рынке СВМПЭ.

Планируем рост мощностей предприятия и увеличение штата, активное развитие наших торговых представительств и логистических центров: Краснодар (ЮФО), Улан-Удэ (Дальний Восток), Санкт-Петербург (СЗФО). Будем стимулировать наших дилеров выгодными условиями сотрудничества, а также развивать рынок в странах СНГ, Европе, Северной и Южной Америке.

Ведётся активная работа над организацией производства СВМПЭ медицинского назначения с получением необходимых сертификатов для дальнейшего применения материалов при производстве имплантов, эндопротезов, хирургических инструментов и пр. Продукт, несомненно, будет высоко востребован в России, где по этому направлению у нас нет конкурентов.

В связи с запуском производства на своих площадях Plastmass Group планирует увеличить объёмы производства в пять раз по сравнению с 2020-м и ожидает соразмерного роста прибыли. Анализируя пройденный путь, обретаешь уверенность: надо двигаться вперёд!

Беседовала Елена Александрова



Yuri Grebe, Plastmass Group:

"The development of the composites market is vital for Russia!"

High-tech polymers are the new generation material with properties beyond those found in nature. Unlike traditional materials, such as metals, they do not require lubrication, have higher resistance to wear and tear, do not corrode, are easier to work with and much lighter by weight. "These amazing materials are the future of many areas of industry, construction, medicine and others!" – says Yuri Grebe, CEO of Plastmass Group.

– Mr. Grebe, you have been running the company producing polymeric materials for many years. How have you got to this position?

– Just after having returned from army, I went to Germany to study technology to introduce it to our market. Polymeric materials used in various parts and mechanisms, as a substitute for traditional ones, have become common in the domestic industry not at once. In 2006 I began to import engineering plastics to Russia from Germany. At that time, factories hardly allowed the new materials to be tried, but after 2008 there happened a big breakthrough in sales: people in Russia wanted everything to work for many years and to be inexpensive at the same time.

Until 2014, Plastmass Group traded products of German manufacturers in Russia. Russian consumers were quite accustomed to the material, and sales grew rapidly. However, the devaluation of the rouble in 2014 strengthened my intentions to open my own production. As early as 2014, I started production on rented premises. About a year and a half ago, Plastmass Group bought the premises in Shchelkovo, near Moscow.

– What is your company like today?

– Plastmass Group has over 1000 tons of finished products in stock, more than 15000 m² of production and administrative premises, 25 branches and representative offices. The production plant and the warehouse are located in Shchelkovo near Moscow; the head office is located in Moscow.

The company has its own fleet of high-tech state-of-the-art equipment from leading European producers to ensure the highest quality of products.

TD Plastmass Group LLC is ISO 9001:2015 certified.

The company's products are included into the Made in Moscow export catalogue and are registered in the List of Innovative, High-Tech Products and Technologies. Some parts of the technology are protected by patents of the Russian Federation. The company is included

in the National rating of fast-growing technology companies TECHUSPECH.

– It is difficult to point out an area where Plastmass Group's products are not used. But where are they particularly irreplaceable? How important is it to produce composites in Russia?

– Engineering plastics – polymers modified to give improved performance and consumer properties – are used in many different sectors. These materials may cost a little more at the start of a project, but their ability to meet unique design specifications and minimize the risk of engineering product failure quickly justifies the investment.

Thanks to continuous investment in resources, technology and intellectual property, the new generation of antifriction materials from TM ZEDEX and INKULEN PE are successfully used in sliding rubbing joints of mechanisms, to protect the working surfaces of equipment in the chemical, mining, oil refining and nuclear industries and are widely used in medicine.

The development of the composites market for their widespread application in the production and construction is of vital importance for Russia: without it the country will face the risk of losing competitiveness of its economy in the world.

The importance of this has been repeatedly emphasized by Vladimir Putin, President of the Russian Federation, who pointed out that the Western countries have long been using composite materials in practically all spheres with great success.

– You supply your products not only to different regions of Russia, but also to other countries. Which ones?

– We already export our products to China, the USA, South Korea, UAE, India, Belarus and Kazakhstan. The company plans not only to increase exports in the near future, but also to expand exports to EU countries, Canada, Brazil, Thailand, etc.

– What innovations have you successfully implemented recently and which ones will follow?

– Lately UHMWPE (ultra-high molecular weight polyethylene – a construction material with extremely high wear resistance and excellent sliding properties) was introduced to the market, it has no analogues in Russia. Due to this, a new and unique product – synthetic ice ULTRA PLAST-ICE – has appeared on the market. Compared to its competitors, it does not require lubrication with any emulsion. The synthetic ice produced by Plastmass Group has been registered in the Moscow List of Innovative and High Technology Products.

– What are the plans of Plastmass Group for the future?

– There comes the 15th anniversary of the first appearance of our materials on the Russian market! In 2021 we are going to buy a UHMWPE sheet press with a capacity of up to 5 thousand tons. We will have the biggest press in the world, fully automated, 50 m long and as high as a five-storey building!

We plan to increase the capacity of the enterprise and to employ more staff, to develop actively our sales offices and logistics centers: Krasnodar (Southern Federal District), Ulan-Ude (Far East), St. Petersburg (North-Western Federal District). We will stimulate our dealers with favourable terms of cooperation and we will also develop the market in the CIS countries, Europe, North and South America.

Active work is underway to organize the production of UHMWPE for medical purposes with obtaining the necessary certificates for further use of the materials in the production of implants, endoprostheses, surgical instruments, etc. The product will undoubtedly be in high demand in Russia, where we have no competitors in this area.

With the launch of production at own premises, Plastmass Group plans to increase its output fivefold compared to 2020, and expects a proportional increase in profits. Having analyzed the work done, we gain confidence: we must move forward!

The interview was taken
by Elena Alexandrova



Виктория Иванова:

«МЕНЯ ВДОХНОВЛЯЮТ ЛЮДИ!»

– Виктория, вы говорите про себя, что главное ваше призвание в жизни – генератор идей. Но ведь это не специальность, скорее призвание, состояние души. И соответственно, этому нигде не учат и, наверное, подобному невозможно научиться? А кто вы по профессии, где учились, из какой вы семьи? Расскажите о себе и о том, как пришли к этой роли.

– Я родилась в семье великого учёно-го-изобретателя! Мой отец Владимир Николаевич был автором более тысячи изобретений. В 1980-м его портрет висел на ВДНХ, а Брежнев лично вручил ему в Кремле премию Ленинского комсомола. Думаю, именно отцовские гены помогают мне создавать множество идей и находить тысячи решений. А образований у меня много: экономическое, управленческое, полученное в МГИМО, даже журналистское. Я постоянно учусь, так как по природе перфекционист и мне всегда хочется стать ещё лучше. Для меня очень важны люди, и я не устаю учиться у них, беря от каждого самое лучшее. В записную книжку после каждой новой встречи я записываю, чему могу научиться у этого человека!

– Когда были реализованы первые проекты с вашим участием и что это были за проекты?

– Это было ещё в юности, например, когда я стала одновременно операционной медсестрой и старшей сестрой отделения. Причём без специального образования! Это была огромная ответственность. От готовности человека взять на себя ответственность вообще многое зависит: жизнь предлагает тебе возможности исходя из уровня ответственности, которую ты готов нести. Вот многие говорят: «У меня нет денег, а то бы я!..» А это не денег нет, а ты не готов к ответственности за эти деньги. Ведь они приходят в ответ на внутреннюю готовность.

Был у меня и очень интересный проект по строительству зданий с нуля. Горжусь созданной сетью салонов красоты. Началось всё с комнаты в 20 кв. м, и стартовали мы вдвоём с ещё одной неопытной молодой женщиной. К тому же обе на тот момент были беременными! На рынке находилось много профессионалов, а мы ещё мало что знали, но всё время учились. И наши салоны открылись и были очень успешными.

– Вы выступаете как эксперт и частный консультант в сфере бизнеса. Но так себя позиционируют многие, эффективны же отнюдь не все. В чём ваша уникальность, делающая вас столь эффективной и востребованной?

Термин «пассионарий» (от фр. passionner – «увлекать, возбуждать, разжигать страсть») ввёл в научный обиход великий учёный, сын не менее великих русских поэтов Николая Гумилёва и Анны Ахматовой – Лев Николаевич Гумилёв. В предложенной им Теории пассионарности и этногенеза так названы люди, обладающие врождённой способностью абсорбировать из внешней среды энергии больше, чем это требуется только для личного и видового самосохранения, и отдавать её в виде целенаправленной работы по видоизменению окружающей среды. Это предприимчивые, активные и рискованные люди, целеустремлённые в выполнении поставленных задач, активно и позитивно изменяющие общество. Они редки и из-за своей «непохожести» нередко вступают в конфликт с большинством, но без них общество, вероятно, остановилось бы в развитии. С представительницей такого типа личности Викторией Ивановой мы побеседовали.

– Я не считаю себя какой-то сверхуникальной. Вообще, каждый человек – гений и кладёз возможностей, просто не каждому об этом сказали! А секрет моего успеха в том, что я всё время учусь, беру опыт мировых лидеров и использую в работе. Не надо изобретать велосипед, надо лишь использовать успешный опыт по-своему. Поэтому я не просто консультирую, а направляю ход мыслей собственника проекта в правильное русло. Нужно только, чтобы он поверил в то, что ты профессионал и тот человек, который ему нужен на данный момент.

– В вашем портфолио имеется солидный пул воплощённых проектов в самых разных сферах бизнеса. Какими из них больше всего гордитесь?

– Особую гордость у меня вызывают проекты, взятые в кризисной ситуации и поднятые до успеха. Например, сообщество «Директориум» попало ко мне в патовой ситуации. Оно само было в процессе банкротства, но при этом учило директоров управлять! Я поняла, что здесь необходимо свежее решение, нашла финансовый поток, реформировала его и за полтора года вывела проект в ряд вполне успешных.

– У вас есть какие-то предпочтения по сферам деятельности или вы готовы взяться за проект в абсолютно любой сфере?

– Точнее, я готова взяться не за проект, а за лидера любого проекта. Для меня очень важны люди! Проект ничто без лидера и его команды: кадры по-прежнему решают всё. Впрочем, если есть сильный лидер, но пока нет команды, её можно подобрать. При этом практически всё равно, о какой отрасли идёт речь: законы управления одинаковы для всех. Для меня достаточно часового разговора с лидером, его идеи и желания продвинуть проект. Я расставляю всё по местам, а дальше процессы летят сами.

– Вы встретились с продуктивной бизнес-идеей или стали её автором. Какие шаги последуют дальше?

– Тут такой алгоритм: бизнес-идея ничто без проверки её гипотезы рынком. Я отправляю человека с его идеей на рынок безо всяких предварительных бизнес-планов. Если идея рабочая и это кому-то нужно, она сработает. А если купили один раз, то можно и много раз продать.

– Как вы находите клиентов, а они – вас? Сарафанное радио или не только? Вообще, как обычно обстоит дело: вы ищете клиентов или они стоят в очереди, чтобы проконсультироваться у вас?

– Да, в основном это сарафанное радио: клиенты меня «передают из рук в руки». Причём в 95% случаев я работаю с мужчинами. Известно, что мужчина – это стратег, а женщина – тактик. Женщина отлично ориентируется в подробностях, а мужчина видит глобальный путь. Очень сильный тандем возникает, когда в проекте вместе работают сильный мужчина и умная женщина.

Моим клиентам не нужно стоять в очереди: они набирают номер моего телефона, я выслушиваю задачу и нахожу решение, если знаю его. Если нет, советуюсь с друзьями, профессионалами в данной области, изучаю позитивный опыт предшественников и предлагаю решение. Тестирую вместе с лидером данную идею, беря на себя ответственность за эту пробу, и дальше мы идём вместе.

– Один из наиболее ярких ваших проектов – книга под названием «Президент и 50 женщин его эпохи». Как и когда вам в голову пришла такая идея, по какому принципу отбирали участниц?

– Это очень важный для меня проект, потому что в нём затронута история жизни многих женщин: история преодолений, верности своей мечте. У женщин очень сильная воля, они могут ради достижения цели ограничивать себя во всём, могут преодолеть себя, свою лень и страхи. Немногие из мужчин на это способны!



Проект принёс мне подарок – общение с женщинами, достигшими в жизни очень значимых результатов. И меня вдохновляют эти женщины!

Книга рассказывает, как через призму эпохи Владимира Путина менялась жизнь этих женщин, что с ними происходило, как они достигали своих целей. Книга ещё не вышла, её выпуск запланирован на май. Мы хотим устроить её презентацию в Администрации Президента РФ и вручить книгу Владимиру Владимировичу.

– Кстати, как автор проекта в книге вы подписались «Виктория Победа». Как и когда возник этот творческий псевдоним?

– Ну, это просто: «Победа в квадрате!» Имя имеет большое значение в судьбе. Я, например, вернула себе девичью фамилию и по документам снова Виктория Иванова. Вернулась к истокам, к славному роду, в котором было много военных.

– Вы убеждены, что из любого человека можно сделать политика, и успешно этим занимаетесь. Расскажите об этой стороне вашей деятельности.

– Я убеждена, что из любого человека можно сделать не только политика, но и миллионера, и уже делала это минимум шесть раз за свою жизнь. Важно расширить горизонты мышления человека, чтобы у него было представление, как именно он получит желаемые средства. У меня есть несколько друзей-миллиардеров, которые получили деньги благодаря тому, что их деятельность вначале носила благотворительный характер. Я тоже, кстати, провела 10 тысяч часов благотворительных консультаций.

– У вас есть жизненный девиз? Как вы сами сформулировали бы свою миссию?

– «Дисциплина – мать победы!» – говорил Суворов. А я добавлю: «И нет ничего

невозможного, если есть дисциплина, и прежде всего дисциплина ума!»

Миссию свою я бы сформулировала так: «Я хочу, чтобы в России было очень комфортно жить, и добиваюсь этого!» У меня есть дети, я уже дважды бабушка, и мне важно, чтобы потомки гордились мной и знали, что я приняла деятельное участие в жизни нашей страны, в созидании. Мать Тереза говорила: «Я никогда не пойду на митинг «против», но пойду – «за!» Вот и я готова бороться за созидание, любовь, развитие, за всё, что делает нас лучше и даёт человеку больше возможностей.

– Каковы ваши планы на наступивший год? А на более отдалённую перспективу?

– Главный план на год – научиться инвестировать, понимать этот процесс и знать тренды. Мне стала интересна данная сфера, так как я познакомилась с интересным специалистом в этой области. Как я уже сказала, меня вдохновляют люди. И я с радостью приобрету этот опыт, которого у меня пока ещё не было.

Один из моих партнёров и учителей Алексей Нечаев, лидер партии «Новые люди», и его команда также вдохновляют меня своим подходом к бизнесу. Я с удовольствием их поддерживаю, потому что они делают всё с таким энтузиазмом и на таком альтруизме!

Если кто-то спросит у меня рецепт успеха, я отвечу: он, наверное, в любви!

Несколько лет назад я встретила с Виталием Кузнецовым, автором благотворительного проекта «Любовь». Ещё древние римляне говорили: «Amor est vitalis» («Без любви нет жизни»), а Конфуций добавлял: «Любовь – начало и конец нашего существования!» Миром правят любовь, доброта, понимание, сострадание, и все проекты, основанные на этих чувствах, обречены на успех, будь то благотворительность или бизнес.

Беседовала Елена Александрова



Victoria Ivanova: “PEOPLE INSPIRE ME!”

The term “passionary” (from the French “passionner” – “to captivate, excite, kindle passion”) was introduced into scientific use by the great scientist, the son of no less great Russian poets Nikolay Gumilyov and Anna Akhmatova – Lev Gumilyov. In the Theory of passionarity and ethnogenesis proposed by him, these are people who have the innate ability to absorb more energy from the external environment than is required only for personal and species self-preservation, and give it away in the form of purposeful work to modify the environment. They are enterprising, active and risky people, purposeful in fulfilling the assigned tasks, actively and positively changing society. They are rare and because of their “dissimilarity” often come into conflict with the majority, but without them society would probably have stopped developing. We talked with a representative of this type of personality, Victoria Ivanova.

– Victoria, you say that your main vocation in life is the generator of ideas. But this is not a specialty, but rather a vocation, a state of mind. And accordingly, this isn't taught anywhere and, probably, it's impossible to learn something like that? And what is your profession, where did you study, what family are you from? Tell us about yourself and how you came to this role.

– I was born in the family of a great scientist-inventor! My father Vladimir was the author of over a thousand inventions. In 1980, his portrait hung at VDNKh, and

Brezhnev personally presented him with the Lenin Komsomol Prize in the Kremlin. I think it's my father's genes that help me create many ideas and find thousands of solutions. And I have a lot of education: economic, managerial, received at MGIMO, even in journalism. I'm constantly learning, as I'm a perfectionist by nature and I always want to become even better. People are very important to me, and I never get tired of learning from them, taking the best from everyone. In my notebook, after each new meeting, I write down what I can learn from this person!

– When were the first projects with your participation implemented and what kind of projects were they?

– This was back in my youth, for example, when I became both an operating nurse and the head nurse of the department. And without special education! It was a huge responsibility. In general, a lot depends on a person's willingness to take responsibility: life offers you opportunities based on the level of responsibility that you are ready to bear. Many people say: “I have no money, otherwise I would!..” And this is not about money, it's your unreadiness

to take responsibility for this money. After all, money come in response to an inner readiness.

I also had a very interesting project for the construction of buildings from scratch. I'm proud of the established network of beauty salons. It all started with a room of 20 sq. m, and we started together with another inexperienced young woman. In addition, both were pregnant at that time! There were many professionals on the market, and we still knew little, but we studied all the time. And our salons opened and were very successful.

– You act as an expert and private business consultant. But this is how many position themselves, and not all are effective. What is your uniqueness that makes you so effective and demanded?

– I don't consider myself to be somehow super-unique. In general, every person is a genius and a storehouse of opportunities, just not everyone was told about it! And the secret of my success is that I study all the time, take the experience of world leaders and use it in my work. You don't need to reinvent the wheel, you just need to use the successful experience in your own way. Therefore, I don't just advise, but direct the train of thought of the owner of the project in the right direction. You just need them to believe that you are a professional and the person they need at the moment.

– Your portfolio has a solid pool of implemented projects in a wide variety of business areas. Which ones are you most proud of?

– I'm especially proud of projects taken in a crisis situation and raised to success. For example, the Directorium community came to me in a stalemate. It itself was in the process of bankruptcy, but at the same time it taught directors to manage! I realized that a fresh solution was needed here, found a financial flow, reformatted it, and in a year and a half brought the project to a number of quite successful ones.

– Do you have any preferences in areas of activity or are you ready to take on a project in absolutely any area?

– More precisely, I'm ready to take on not a project, but a leader of any project. People are very important to me! The project is nothing without a leader and their team: the staff still decides everything. However, if there is a strong leader, but there is no team yet, you can pick it up. At the same time, it practically does not matter which industry we are talking about: the laws of management are the same for everyone. An hour's conversation with the leader, their ideas and desire to promote the project is enough for me. I put everything in its place, and then the processes fly by themselves.

– You have come across a productive business idea or become its author. What are the next steps?

– Here is the following algorithm: a business idea is nothing without testing its hypothesis by the market. I send a person with this idea to the market without any preliminary business plans. If the idea is working and someone needs it, it will work. And if it was bought once, you can sell it many times.

– How do you find clients, and they find you? Word of mouth or not only? In general, how is it usually: are you looking for clients or are they queuing up to consult with you?

– Yes, basically it's word of mouth: clients "pass me from hand to hand". Moreover, in 95% of cases, I work with men. It's known that a man is a strategist and a woman is a tactician. The woman is well versed in details, and the man sees the global path. A very strong tandem arises when a strong man and an intelligent woman work together on a project.

My clients do not need to stand in line: they dial my phone number, I listen to the problem and find a solution if I know it. If not, I consult with friends, professionals in this field, study the positive experience of predecessors and propose a solution. Together with the leader, I test this idea, taking responsibility for this test, and then we move together.

– One of your most striking projects is a book called "The President and 50 Women of His Era". How and when did you get this idea, on what basis were the participants selected?

– This is a very important project for me, because it touches upon the life story of many women: the story of overcoming, being true to your dream. Women have a very strong will, they can limit themselves in everything in order to achieve their goals, they can overcome themselves, their laziness and fears. Few men are capable of this! The project brought me a gift – communication with women who have achieved very significant results in their lives. And these women inspire me!

The book tells how the lives of these women changed through the prism of the era of Vladimir Putin, what happened to them, how they achieved their goals. The book has not yet been published, its release is scheduled for May. We want to arrange a presentation of it at the Presidential Administration of the Russian Federation and present the book to Vladimir Putin.

– By the way, as the author of the project in the book, you signed "Victoria Pobeda" (Russian "Victory"). How and when did this creative pseudonym come about?

– Well, it's just: Victory squared! The name is of great importance in fate. For example, I got my maiden name back and, according to the documents, I'm Victoria Ivanova again. I returned to my origins, to a glorious family, in which there were many military men.

– You are convinced that any person can be turned into a politician, and you are doing this successfully. Tell us about this side of your business.

– I'm convinced that any person can be turned into not only a politician, but also a millionaire, and I have already done this at least six times in my life. It's important to expand the horizons of a person's thinking so that they have an idea of how exactly they will receive the desired funds. I have several billionaire friends who received money because their activities were charitable in the beginning. By the way, I also spent 10 thousand hours of charitable consultations.

– Do you have a life motto? How would you formulate your mission yourself?

– "Discipline is the mother of victory!" – said Suvorov. And I will add: "And nothing is impossible if there is discipline, and above all the discipline of the mind!"

I would formulate my mission as follows: "I want it to be very comfortable to live in Russia, and I'm striving for it!" I have children, I'm twice a grandmother, and it's important for me that the descendants are proud of me and know that I have taken an active part in the life of our country, in creation. Mother Teresa said: "I will never go to a protest "against", but I will go – "for!" So, I'm ready to fight for creation, love, development, for everything that makes us better and gives a person more opportunities.

– What are your plans for this year? And in the more distant future?

– The main plan for the year is to learn how to invest, understand this process and know the trends. I became interested in this area, as I met an interesting specialist in this area. As I said, people inspire me. And I will gladly acquire this experience, which I have not yet had.

One of my partners, Aleksey Nechaev, leader of the Novyye Lyudi ("New People") party, and his team also inspire me with their approach to business. I will gladly support them, because they do everything with such enthusiasm and such altruism!

If someone asks me for a recipe for success, I will answer: it is probably in love!

Several years ago, I met with Vitaly Kuznetsov, a businessman and traveler, the creator of the ProProdazhy.ru training center, a master of game learning technologies, who explained to me that the most important thing in life is love. Even the ancient Romans said: "Amor est vitalis" ("There is no life without love"), and Confucius added: "Love is the beginning and end of our existence!" The world is ruled by love, kindness, understanding, compassion, and all projects based on these feelings are doomed to success, be it charity or business.

Interviewed by Elena Alexandrova



Ольга Засеева:

«Миссия «КЛОВЕРМЕДа» – доносить до российских врачей лучшие мировые достижения!»

«Когда компанию возглавляет лидер, она и сама становится лидером!» – считает кандидат медицинских наук, генеральный директор компании «КЛОВЕРМЕД» Ольга Засеева.

Её компания одной из первых на российском рынке предложила продукцию для пластических и реконструктивных хирургов. И медицинское образование Ольги Витальевны сыграло в судьбе «КЛОВЕРМЕДа» большую роль, ведь она смотрела на это направление не под ракурсом «купил-продал», а как на отрасль медицины, которую необходимо развивать.

О развитии пластической хирургии в современной России и многом другом мы с Ольгой Засеевой и побеседовали.

– Ольга Витальевна, «КЛОВЕРМЕД» – первый в России и крупнейший дистрибьютор инновационной продукции для пластической хирургии. А как началось становление компании?

– Компания «КЛОВЕРМЕД» перешагнула 20-летний рубеж, и мы имеем все основания утверждать, что пластическая хирургия в России развивалась вместе с нами. В 1999-м она была исключительно элитным направлением. За 20 лет сделан огромный прорыв с точки зрения развития технологий, уровня квалификации специалистов, качества и безопасности.

Пользоваться услугами пластических хирургов стало модно, доступно, спрос на них вырос в сотни раз, теме уделяют большое внимание СМИ.

«КЛОВЕРМЕД» рос вместе с рынком современной пластической и реконструктивной хирургии в стране и формировал его за счёт того, что представлял в России лучшие мировые продукты. Благодаря стараниям, нашим в том числе, наша страна если и не достигла в пластической хирургии уровня Америки и Европы, то максимально близка к этому. В 1999 году компания состояла из нескольких чело-

век, а в её портфеле были только импланты американской компании MENTOR. Постепенно мы начали сотрудничество и с другими американскими и европейскими производителями медицинских изделий и сформировали уникальный продуктовый портфель, который удовлетворит любого специалиста в области эстетической медицины.

– Что представляет собой компания «КЛОВЕРМЕД» сегодня?

– «КЛОВЕРМЕД» сегодня – безусловный флагман пластической хирургии в Рос-

сии. Мы анализируем то, что происходит на этом рынке во всём мире, собираем, иногда по крупицам, технологии и информацию, изучаем результативность, оцениваем её вместе с коллегами. Что-то не выдерживает критики, но что-то остаётся, если это безопасно, эффективно и полезно на практике. И тогда мы это регистрируем и начинаем внедрять на территории РФ. Одна из наших основополагающих задач – сделать так, чтобы российские пластические хирурги могли пользоваться теми же технологиями, что и их коллеги из зарубежных стран.

– Вы предоставляете хирургам весь спектр услуг: от инновационных решений в области пластической хирургии до обучения специалистов. «КЛОВЕРМЕД» активно организует обучающие мероприятия и участвует в них. Почему придаёте этому такое значение?

– До нашего появления на рынке господствовал подход «от пациента», который мог диктовать любые условия, поскольку покупал услугу. Я была категорически против этого, считая, что медицинское вмешательство всегда должно основываться на решении, принимаемом врачом, за которое именно он несёт ответственность. С самого начала мы ставили врача на самую высокую ступень!

Мы начали с массового образования пластических хирургов, рассказывали о мировом опыте, привозили иностранных специалистов. И тогда, и ныне себя мы расцениваем не как торгующую организацию, а как компанию-партнёра. Сегодня очень важно рассказать пациенту о том, насколько серьёзным является любое оперативное вмешательство. И пластическая хирургия – не исключение.

А почему мы столько внимания уделяем образованию? Всё, что мы на сегодняшний день предлагаем на российском рынке, высокотехнологично, и чтобы с успехом применять это, нужно учиться. Мы хотим, чтобы престиж пластического хирурга стоял высоко, а пациент получил то, что хочет. Врачи и мы добиваемся в этом отличных результатов, ведь мы сотрудничаем с самой сильной командой российских и международных экспертов.

– Слоган вашей компании: «Комплексные решения для пластической хирургии». Как это отражается на вашем продуктовом портфеле?

– Мы формируем наш портфель таким образом, чтобы пластический хирург мог получить у нас всё по любому направлению своей деятельности. Конечно, наш основной «специалитет» – молочная железа, но, посещая международные выставки, мы обращаем внимание на все новинки в области пластической хирургии и косметологии.

Мы постоянно ищем новые технологии, чтобы привезти их в Россию, зарегистрировать и сделать доступными для наших докторов.

– Клиентами «КЛОВЕРМЕДА» являются две тысячи клиник по всей России. Это только частные или с государственным вы тоже работаете? В вашей клиентской базе более четырёх тысяч хирургов: можете составить усреднённый портрет «вашего» врача?

– Мы работаем как с частными, так и с государственными клиниками.

Что же касается врачей, «наши» врачи – это те, кто хочет учиться, быть всё время на переднем крае, кто стремится принимать участие в научных исследованиях,

представлять Россию на международных конференциях и делиться там своими достижениями, а компанию «КЛОВЕРМЕД» воспринимает как партнёра. Наши партнёры – это не предприниматели от пластической хирургии, а Врачи с большой буквы.

– Какова, на ваш взгляд, миссия компании?

– Миссия компании «КЛОВЕРМЕД» – доносить высокие технологии, последние мировые достижения и необходимые знания до врачей, хирургов и косметологов, чтобы они могли применять их в своей работе и обеспечивать наилучшее качество для своих пациентов!

Беседовала Елена Александрова



“When a company is headed by a leader, it itself becomes a leader!” – says Olga Zaseeva, PhD in Medical Sciences, CEO at CLOVERMED.

Her company was one of the first on the Russian market to offer products for plastic and reconstructive surgeons. And Mrs. Zaseeva’s medical education played a huge role in the fate of CLOVERMED, because she looked at this direction not from the perspective of “buy and sell”, but as of a branch of medicine that needs to be developed.

We talked with Olga Zaseeva about the development of plastic surgery in modern Russia and many other things.

Olga Zaseeva:

“The mission of CLOVERMED is to bring the best world achievements to Russian doctors!”



– Mrs. Zaseeva, CLOVERMED is the first in Russia and the largest distributor of innovative products for plastic surgery. How did the formation of the company begin?

– CLOVERMED has crossed the 20-year mark, and we have every reason to assert that plastic surgery in Russia has developed with us. In 1999, it was an extremely elite field. A huge breakthrough has been made in terms of technology development, the level of qualifications of specialists, quality and safety during last 20 years.

It has become fashionable and affordable to use the services of plastic surgeons, the demand for them has grown hundreds of times, the topic is receiving great attention from the media.

CLOVERMED grew together with the market of modern plastic and reconstructive surgery in the country and formed it due to the fact that it represented the best world



products in Russia. Thanks to these efforts, including ours, our country, if it has not reached the level of America and Europe in plastic surgery, is as close as possible to this. In 1999, the company consisted of several people, and there were only implants from the American company MENTOR in its portfolio. Gradually, we began cooperation with other American and European manufacturers of medical devices and formed a unique product portfolio that will satisfy any specialist in the field of aesthetic medicine.

- What is CLOVERMED today?

- Today CLOVERMED is the undisputed flagship of plastic surgery in Russia. We analyze what is happening in this market all over the world, collect, sometimes bit by bit, technologies and information, study the effectiveness, evaluate it together with colleagues. Something doesn't hold water, but something remains if it is safe, effective, and useful in practice. And then we register it and begin to implement it on the territory of the Russian Federation. One of our fundamental tasks is to ensure that Russian plastic surgeons can use the same technologies as their colleagues from foreign countries.

- You provide surgeons with a full range of services: from innovative plastic surgery solutions to specialist training. CLOVERMED actively organizes training events and participates in them. Why do you attach such importance to this?

- Before our appearance on the market, the "from the patient" approach dominated, they could dictate any conditions, since they were buying a service. I was categorically against this, believing that medical intervention should always be based on a decision made by doctors, for which they are responsible. From the very beginning, we put the doctor at the highest level!

We started with the mass education of plastic surgeons, talked about the world experience, brought foreign specialists. And then, and now we regard ourselves not as a trading organization, but as a partner company. Today it's very important to tell the patient how serious any surgical intervention is. And plastic surgery is no exception.

Why do we pay so much attention to education? Everything that we currently offer on the Russian market is high-tech, and in order to successfully apply it, you need to learn. We want the prestige of the plastic surgeon to be high and the patient gets what they want. Doctors and we achieve excellent results in this, because we cooperate with the strongest team of Russian and international experts.

- The slogan of your company: "Complex solutions for plastic surgery". How does this affect your product portfolio?



- We form our portfolio in such a way that a plastic surgeon can get everything from us in any area of his or her activity. Of course, our main "specialty" is the mammary gland, but when visiting international exhibitions, we pay attention to all the novelties in the field of plastic surgery and cosmetology.

We are constantly looking for new technologies to bring them to Russia, register and make them available to our doctors.

- CLOVERMED's clients are two thousand clinics throughout Russia. Are they only private ones or do you work with public clinics too? There are more than four thousand surgeons in your client base: can you make an average portrait of "your" doctor?

- We work with both private and public clinics.

As for doctors, "our" doctors are those who want to study, be at the forefront all the time, who strive to take part in scientific research, represent Russia at international conferences and share their achievements there, and perceives CLOVERMED as partner. Our partners are not plastic surgery entrepreneurs, but Doctors with a capital letter.

- What, in your opinion, is the company's mission?

- The mission of CLOVERMED is to bring high technologies, the latest world achievements and the necessary knowledge to doctors, surgeons and cosmetologists so that they can use them in their work and provide the best quality for their patients!

Interviewed by Elena Alexandrova



– Игорь Олегович, вы с 2007 года являетесь основателем и генеральным директором компании «БИО Концепт», работающей в области организации мероприятий по обмену опытом и повышению квалификации пластических хирургов и косметологов. Но ведь по профессии вы экономист-международник, выпускник МГИМО. Как в вашей жизни произошёл подобный поворот?

– Я выходец из профессорской семьи, моя мама – автор уникальной серии школьных учебников по английскому языку, по которым училась вся страна. В нашей семье было принято обсуждать вопросы, связанные с обучением. Когда появился семейный бизнес в медицинской отрасли, я понял, что у наших специалистов есть потребность общаться между собой, обмениваться опытом, получать новые знания. И я взял на себя области, близкие мне с детства, – это выявление потребности в образовании и организация мероприятий, направленных на повышение квалификации, обучение специалистов.

– Ваш бизнес, направленный на повышение квалификации пластических хирургов и косметологов, имеет комплексный подход и предлагает различные варианты обучения. Что компания «БИО Концепт» предлагает специалистам?

– Компания «БИО Концепт» предоставляет целый комплекс услуг, направленный на обмен опытом и повышение квалификации пластических хирургов и косметологов. Одно из основных направлений деятельности компании – организация мероприятий для врачей эстетической медицины, врачей-онкологов и пластических хирургов. Это и крупные международные мероприятия, и небольшие мастер-классы с трансляцией из операционных. Мы проводим их по всей России и самостоятельно, и совместно с ведущими институтами и клиниками.

Новые знания, передовые тенденции и опыт лучших мировых экспертов пластической и реконструктивной хирургии, эстетической медицины становятся доступны врачам в любое время и в любой

Пластическая хирургия и косметология в последние десятилетия шагают вперёд семимильными шагами. Специалисту в этой области, стремящемуся стать первым в своей профессии, важно следовать актуальным методикам и технологиям, идти в ногу с мировой наукой. Логично, что и обучаться необходимо у самых лучших! Такую возможность российским (и не только) врачам предоставляет компания «БИО Концепт», с руководителем которой, Игорем Богородицким, мы побеседовали.

Игорь Богородицкий, «БИО Концепт»: «Хотим, чтобы российские врачи оперировали на мировом уровне!»

точке мира. Для этого был создан видеопортал bioconcept.ru.

Он позволяет с помощью видеозаписей восполнить важные моменты, упущенные во время онлайн-просмотра или при личном посещении.

«БИО Концепт» предоставляет практикующим хирургам уникальные видеоматериалы из операционных зарубежных коллег, это дидактический материал для врачей, желающих освоить новые методики и новые направления.

При посещении международных конгрессов я постоянно изучаю ассортимент печатной и видеопродукции, общаюсь с издателями специализированного материала, чтобы выбрать и предложить нашим врачам новые книги, атласы и видеоматериалы как на английском, так и на русском языке. Наша компания перевела и выпустила несколько книг для пластических и реконструктивных хирургов. Эти редкие издания являются нашей гордостью и вкладом в обучение специалистов. Их можно заказать на сайте компании.

– Международному курсу IECTC/ICTPS, основателем и организатором которого является «БИО Концепт», в этом году исполнится 10 лет. Что это за мероприятие?

– Первый курс для специалистов эстетической медицины и пластической хирургии мы провели 10 лет назад с огромным успехом. Мы первыми в России подготовили мероприятие такого масштаба по этой направленности. С тех пор IECTC и ICTPS – крупнейшее в своей области в России место встречи пластических хирургов и косметологов со всего мира, где они делятся с коллегами опытом, исследованиями и открытиями новых методик.

Его уникальность в том, что мы соединили на одной площадке два курса. Один для специалистов эстетической медицины – Международный курс (конференция) для косметологов (IECTC), второй – Международный курс (конференция) для пластических и реконструктивных хирургов (ICTPS).

В этом, 2021 году, а именно 11-14 июня,

пройдёт юбилейное, десятое мероприятие. Над программой-2021 работает экспертный совет научного комитета, состоящий из известных профессионалов.

За 10 лет тысячи участников получили возможность вдохновиться опытом выдающихся коллег со всего мира и перенять их бесценные навыки. Знаковый для научного сообщества и эстетической медицины проект объединяет теорию, практику и бизнес. Десятки мастер-классов, лекции самых востребованных специалистов мира, демонстрация процедур в LIVE-режиме, презентации новейших методик, дискуссии экспертов и обмен опытом – такая насыщенная программа делает этот проект самым ожидаемым событием года в отрасли!

Кроме того, свыше 110 компаний развернут свои экспозиции на более чем 500 м² выставочных площадей. Выставка продемонстрирует тренды и новинки рынка и принесёт участникам полезные контакты.

Сегодня наша аудитория насчитывает более 2500 слушателей и больше 240 спикеров из 150 городов 40 стран. Каждый год проходит свыше 400 докладов и мастер-классов, онлайн-трансляций.

Я горжусь тем, что за годы работы компании «БИО Концепт» слушатели наших мероприятий, приезжавшие со всей России, чтобы перенять опыт зарубежных коллег, уже сами стали авторами собственных методик, лекторами, в том числе и международных конгрессов, хедлайнерами собственных мероприятий и курсов.

– Кто помогает вам в организации мероприятий, чьей поддержкой вы можете заручиться?

– С 2011 года в мероприятиях, организуемых компанией «БИО Концепт», участвуют практически все представители индустрии красоты: производители и дистрибьюторы российских и зарубежных брендов медицинских изделий, оборудования, косметологических препаратов.

Мы независимая площадка, открытая для сотрудничества со всеми, и гордимся каждым из наших партнёров.

Беседовала Елена Александрова

In recent decades, plastic surgery and cosmetology have been striding forward by leaps and bounds. For a specialist in this field, striving to become the first in their profession, it's important to follow current methods and technologies, to keep pace with world science. It's logical that you need to learn from the very best! Such an opportunity for Russian (and not only) doctors is provided by the company BIO Concept, with the head of which, Igor Bogoroditskiy, we talked.

Igor Bogoroditskiy, BIO Concept: "We want Russian doctors to perform at the international level!"

– Mr. Bogoroditskiy, since 2007 you have been the founder and CEO of BIO Concept, which organizes events for the exchange of experience and advanced training of plastic surgeons and cosmetologists. But you are an international economist by profession, a graduate of MGIMO. How did this turn happen in your life?

– I came from a professorial family, my mother is the author of a unique series of school textbooks on the English language, which the whole country used to study English. It was customary in our family to discuss issues related to education. When a family business appeared in the medical industry, I realized that our specialists have a need to communicate with each other, exchange experience, and gain new knowledge. And I took on the areas that have been close to me since childhood – this is identifying the need for education and organizing events aimed at improving qualifications, training specialists.

– Your business is aimed at improving the qualifications of plastic surgeons and cosmetologists. What does BIO Concept offer them?

– BIO Concept provides a whole range of services aimed at exchange of experience and advanced training of plastic surgeons and cosmetologists. One of the main activities of the company is organizing events for aesthetic medicine doctors, oncologists and plastic surgeons. These are large international events and small master classes broadcast from operating rooms. We conduct them all over Russia both independently and together with leading institutes and clinics.

New knowledge, advanced trends and experience of the world's best experts in plastic and reconstructive surgery, aesthetic medicine become available to doctors at any time and anywhere in the world. For this, the bioconcept.ru video portal was created.

It allows using video recordings to make up for important moments that were missed

during online viewing or during a personal visit.

BIO Concept provides practicing surgeons with unique video materials from operating rooms of foreign colleagues, this is didactic material for doctors who want to master new techniques and areas.

When attending international congresses, I constantly study the range of printed and video products, communicate with publishers of specialized material in order to select and offer our doctors new books, atlases and video materials in both English and Russian. Our company has translated and published several books for plastic and reconstructive surgeons. These rare editions are our pride and contribution to the training of specialists. They can be ordered on the company's website.

– The international course IECTC/ICTPS, founded and organized by BIO Concept, will celebrate its 10th anniversary this year. What is this event?

– We conducted the first course for specialists in aesthetic medicine and plastic surgery 10 years ago with great success. We were the first in Russia to prepare an event of this scale in this field. Since then, IECTC and ICTPS have become the largest meeting place in their field in Russia for plastic surgeons and cosmetologists from all over the world, where they share their experience, research and discoveries of new techniques with colleagues.

Its uniqueness lies in the fact that we have connected two courses on one site. One for specialists in aesthetic medicine is the International Course (Conference) for Cosmetologists (IECTC), the second is the International Course (Conference) for Plastic and Reconstructive Surgeons (ICTPS).

This year, on June 11-14 2021, the tenth anniversary event will be held. An expert council of the scientific committee, consisting of renowned professionals, is working on the 2021 program.



For 10 years, thousands of participants have had the opportunity to be inspired by the experience of outstanding colleagues from all over the world and learn from their invaluable skills. A landmark project for the scientific community and aesthetic medicine, the project unites theory, practice and business. Dozens of master classes, lectures by the world's most sought-after specialists, demonstration of procedures in LIVE mode, presentations of the latest techniques, expert discussions and exchange of experience – such a rich program makes this project the most anticipated event of the year in the industry!

In addition, over 110 companies will present their expositions on more than 500 m² of exhibition space. The exhibition will showcase trends and novelties of the market and bring useful contacts to the participants.

Today our audience numbers over 2,500 listeners and over 240 speakers from 150 cities in 40 countries. More than 400 reports and master classes, online broadcasts are held every year.

I'm proud that over the years of BIO Concept's work, the listeners of our events, who came from all over Russia to learn from the experience of foreign colleagues, have already become the authors of their own methods, lecturers, including international congresses, headliners of their own events and courses.

– Who helps you organize these events? Where do you get support?

– Since 2011, almost all representatives of the beauty industry have taken part in the events organized by BIO Concept: manufacturers and distributors of Russian and foreign brands of medical products, equipment, and cosmetic products.

We are an independent platform open for cooperation with everyone, and we are proud of each of our partners.

Interviewed by Elena Alexandrova



Алексей Мартыненко:

Вкусная история

«Чтобы бизнес успешно развивался, нужно быть фанатом своего дела и немного сумасшедшим»

Один из крупнейших производителей сыра в России Umalat провёл ребрендинг и сменил название на Unagrande Company. Теперь в ассортименте компании не только традиционные аутентичные сыры, но и функциональная линейка итальянских безлактозных сыров, а также линейка свежих десертных сыров, адаптированная под детскую аудиторию. Кому и зачем понадобились перемены, а также какую роль в этой истории сыграл «Союзмультфильм» — разбираемся в нашем материале.

ОТ СМЕНЫ НАЗВАНИЯ КАЧЕСТВО НЕ МЕНЯЕТСЯ

Станет ли продукция компании другой, если изменится её название? В холдинге Unagrande Company отмечают: качество останется на высшем уровне, сыр по-прежнему будет радовать своим вкусом. А вот ассортимент пополнится инновационными продуктами, аналогов которых нет не только на российском, но и на мировом рынке.

— Мы остаёмся надёжным производителем качественных сыров, в этом плане ничего не меняется, — заявил основатель и генеральный директор холдинга Unagrande Company Алексей Мартыненко. — Но в компании произошло слишком много перемен, поэтому пришло время расширить горизонты. Мы переходим от образа локального продуктового производителя к lifestyle-корпорации мирового уровня.

Производство завода в городе Севске Брянской области оснащено современным высокотехнологичным оборудованием. Наша компания стала международным производственным lifestyle-холдингом.

А начиналось всё в 2003 году, когда Алексей Мартыненко купил полуразрушенное предприятие «Севский маслодел».

— Там, по сути, ничего не работало, — вспоминает Алексей. — Но меня это не остановило, так как я давно хотел делать сыры и всегда был уверен, что именно я этим должен заниматься. Так мы основали компанию Umalat.

Сначала компания выпускала брынзу, а уже в 2010 году на рынке появилась моцарелла под брендом Unagrande. Реализовать планы по запуску производства вкусной и качественной моцареллы удалось с помощью привлечения к процессу кавказских и итальянских технологов. Это помогло в развитии технологических процессов.

Уже в 2011 году были выделены основные направления производства сыров: итальянские, кавказские. Внедрение нового технологического оборудования позволило производить аутентичные сыры в промышленных масштабах. Это дало возможность совместить в производственном цикле современные технологии с их традиционными рецептурами. Впереди у компании амбициозные планы: выход на экспортные рынки.

— Сегодня мы видим возможность для реализации наших сыров в Арабском регионе, Китае и Японии, — говорит Алексей Мартыненко.

БЕЗ РИКОТТЫ И КОНФЕТ СТАНЕТ ТУСКЛЫМ БЕЛЫЙ СВЕТ

Шоколадный маскарпоне, ванильная и шоколадно-ореховая рикотта — казалось бы, подобное невозможно. Однако

компания Unagrande Company это сделала. На рынке уже появилась линейка продукции под брендом «Бонджорно», предназначенная для самых маленьких гурманов. Кстати, этот бренд – коллаборация с «Союзмультфильмом»: упаковку «Бонджорно» украшают всеми любимые и знакомые персонажи: Волк и Заяц из «Ну, погоди!», Карлсон, Пятачок и Винни-Пух.

– «Бонджорно» – это изюминка нашей продуктовой линейки, – с гордостью говорит Алексей Мартыненко. – При этом все товары сделаны из натурального сыра, это своеобразная замена не очень полезным десертам. Зачастую состав «детской» еды далёк от натурального. Мы в компании решили бросить вызов этому положению дел и первыми в России выпустили категорию «Свежие сыры», адаптированную под детскую аудиторию. Первыми в мире создали шоколадные маскарпоне и рикотту.

Тандем с «Союзмультфильмом» уже приносит свои плоды: взрослые с ностальгией вспоминают любимых с детства персонажей, а малыши в восторге от вкуса.

И НИКАКОЙ ЛАКТОЗЫ

В компании следят за последними трендами. Так, сегодня потребитель хочет получить не просто вкусную, но качественную и полезную еду.

– При этом для людей важно быть поставщиками бренда, разделять его философию. Новое название нашей

компании и станет синонимом здорового образа жизни и правильного питания, – подчёркивает Алексей Мартыненко.

В конце прошлого года запущена безлактозная линейка итальянских сыров Unagrande.

– Эта новинка позволяет всем потребителям, которые испытывают дискомфорт от употребления обычных молочных продуктов, оставлять в рационе вкусные сыры, сохраняя привычный уровень жизни и не меняя своих предпочтений, – отмечает Алексей.

Данный продукт очень востребован, ведь, как показывают исследования, 15% населения России имеет непереносимость лактозы.

– Когда мы разговариваем с представителями торговых сетей, то понимаем, насколько важно выпускать подобные товары, – рассуждает Мартыненко. – По словам ретейлеров, спрос на данную линейку растёт, а наличие её на полках магазинов позволяет сетям привлекать дополнительный трафик покупателей.

ОТ КАВКАЗСКИХ ТОСТОВ ДО ТИКТОК

Unagrande Company сегодня – не просто производитель сыров, а целая культура и тщательно выстроенная экосистема.

– Мы не только изготавливаем сыры, но и создаём ресурсы, которые позволяют потребителям ознакомиться с нашими продуктами в комфортной для них обстановке, – подчёркивает Алексей Мартыненко.

КСТАТИ

ПО ДАННЫМ КОМПАНИИ,
В 2020 ГОДУ ОНА
ПРОИЗВЕЛА 7800 ТОНН
МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ.

ВАЛОВАЯ ВЫРУЧКА
СОСТАВИЛА БОЛЕЕ
3 МЛРД РУБЛЕЙ, ЧТО НА
20% БОЛЬШЕ,
ЧЕМ В 2019 ГОДУ.

СОГЛАСНО ДАННЫМ
ЦЕНТРА ИЗУЧЕНИЯ
МОЛОЧНОГО РЫНКА,
В 2020 ГОДУ ОБЪЁМ
ПЕРЕРАБОТКИ МОЛОКА В
КОМПАНИИ ДОСТИГ
38,5 ТЫС. ТОНН.





Например, на самом крупном кулинарном портале в стране «Сочетайзер» можно найти сотни рецептов с продукцией Unagrande Company, которые удивят самых привередливых гурманов: овощной тарт с сулугуни, пряный соус из рикотты с травами, запечённые груши с кремом из маскарпоне и многое другое. В социальных сетях у этого ресурса уже насчитывается 1,5 млн постоянных подписчиков и более 100 млн просмотров видеорецептов, которые обновляются два раза в неделю.

Ещё один ресурс, также помогающий компании заботиться о своих потребителях, – уникальное и невероятно популярное приложение Unagrande YogaClub, в котором можно найти полезные уроки йоги. По этим видеокурсам регулярно занимается уже более миллиона человек.

– Для поддержки линейки кавказских сыров у нас есть развлекательный контент «Застолье с Умалат», – говорит Алексей Мартыненко. – Ресурс очень интересный и абсолютно в кавказском стиле. Гости произносят тосты, рассказывают анекдоты и интересные истории.

Летом 2020 года компания Unagrande Company появилась в модной среде молодёжи социальной сети TikTok. Ролики, снятые в качестве эксперимента, быстро стали вирусными и набрали до 1,5 млн просмотров.

Другой свежий проект, где рассказывают о продукции компании, – телевизионное шоу «Бизнес со вкусом». В проекте принимают участие люди, которые сделали себя сами и делают этот мир лучше.

– Отмечу, что мы не сторонники думать о своём потребителе с точки зрения его возраста, пола и уровня дохода, – отмеча-

ет Алексей Мартыненко. – Наша аудитория – это думающие и чувствующие люди.

НИЧЕГО, КРОМЕ ПРАВДЫ

При запуске ребрендинга одного из флагманских брендов Unagrande в компании родилась гипотеза, что современного потребителя больше всего интересуют честность и искренность. Тогда и появилась идея о размещении информации о составе изделия на лицевой стороне упаковки. Обычно производители продуктов «отвлекают» внимание красивой картинкой, надписями об удовольствии и вкусе, а вся остальная важ-

ная информация, как правило, наносится мелким шрифтом.

– Подобного среди игроков рынка не делал никто, – говорит Алексей Мартыненко. – В команде по этому поводу было много споров: правильно ли убирать картинку, к которой так привык потребитель? Но мы решили говорить нашим клиентам правду и ничего, кроме правды. И наши клиенты оценили столь нестандартный ход.

Собственно, а что скрывать? В состав продуктов входят только натуральные компоненты, а самый главный ингредиент – молоко – закупается исключительно у проверенных поставщиков. По словам Алексея Мартыненко, ещё до 2010 года в стране были проблемы с сырьём. Сегодня ситуация кардинально поменялась, молоко высшего качества поставляют на производство крупные инновационные фермеры из Московской, Калужской и других областей.

– Мы покупаем только молоко высшего сорта, поэтому наш продукт оставляет такое чистое послевкусие, – уверяет Мартыненко. – Наша миссия – в том, чтобы еда была доступной, натуральной и свежей. Мы верим, что здоровые продукты качественно меняют стиль жизни.

На вопрос «Как же удаётся развивать столь успешный бизнес?» Алексей, не задумываясь, отвечает: «Нужно быть немного сумасшедшим. Но самое главное – необходимо уметь держать марку».

– Когда я говорю, что мы лидеры в сфере инноваций и задаём тренды для рынка, то понимаю, что добиться этого нам помогло бескомпромиссное отношение к качеству, – продолжает Мартыненко. – Нужно быть фанатом своего дела.



ЭТО ИНТЕРЕСНО
В 2015 ГОДУ АЛЕКСЕЙ
МАРТЫНЕНКО ПРОШЁЛ
ПРОГРАММУ ОРМ В
HARVARD BUSINESS
SCHOOL, СТАВ ОДНИМ ИЗ
ЧЕТЫРЁХ БИЗНЕСМЕНОВ
РОССИИ, КТО В ТО ВРЕМЯ
ЗАКОНЧИЛ ПРОГРАММУ
ГАРВАРДСКОЙ ШКОЛЫ
БИЗНЕСА.

Юлия Юдина



Tasty Story

One of the largest cheese producers in Russia Umalat has re-branded and changed its name to Unagrande Company. Now the assortment of the company includes not only traditional authentic cheeses, but also a functional line of Italian lactose-free cheeses, as well as a line of fresh dessert cheeses, adapted for children. Who and why needed the changes, as well as what role Soyuzmultfilm played in this story? Our article answers.

Alexey Martynenko:

“You need to be a fan of your business and a little crazy to develop your business successfully”

CHANGING THE NAME DOES NOT CHANGE THE QUALITY

Will the company's products become different if its name changes? The Unagrande Company holding notes: the quality will remain at the highest level; the cheese will continue to delight with its taste. But the assortment will be replenished with innovative products, which have no analogues not only in the Russian, but also in the international market.

"We remain a reliable manufacturer of high-quality cheeses, nothing changes in this regard," – said Alexey Martynenko, founder and CEO of the Unagrande

Company holding. "But there have been too many changes in the company, so it's time to broaden the horizons. We are moving from the image of a local grocery manufacturer to a world-class lifestyle corporation.

The production of the plant in the city of Sevsk, the Bryansk region is equipped with modern high-tech equipment. Our company has become an international lifestyle manufacturing holding."

It all started in 2003, when Alexey Martynenko bought the dilapidated Sevskiy Maslodel enterprise.

"In fact, nothing worked there," recalls Alexey. "But this didn't stop me, since I have long wanted to make cheese and have always been sure that this is what I should do. This is how we founded the Umalat company."

At first, the company produced feta cheese, and already in 2010, mozzarella appeared on the market under the Unagrande brand. The plans to launch the production of delicious and high-quality mozzarella were implemented by attracting to the process Caucasian and Italian technologists from Italy. The involvement of technologists has helped in the development of technological processes.

Already in 2011, the main directions of cheese production were identified: Italian, Caucasian. The introduction of new technological equipment made it possible to produce authentic cheeses. This made it possible to combine modern technologies with their traditional recipes in the production cycle. The company has ambitious plans ahead: entering export markets.

"Today we see an opportunity to sell our cheeses in the Arab region, China and Japan," says Mr. Martynenko.

THE WORLD WILL DIM WITHOUT RICOTTA AND CANDIES

Chocolate mascarpone, vanilla and chocolate-nut ricotta – it would seem that

this is impossible. However, Unagrande Company did it. A line of products under the Bongiorno brand intended for the smallest gourmets has already appeared on the market. By the way, this brand is a collaboration with Soyuzmultfilm: the Bongiorno packaging is decorated with beloved and familiar characters: the Wolf and the Hare from Well, Just You Wait!, Carlson, Piglet and Winnie the Pooh.

"Bongiorno is the highlight of our product line," says Alexey Martynenko with pride. "Moreover, all products are made from natural cheese, this is a kind of substitute for not very healthy desserts. Often, the composition of "children's" food is far from natural. We in the company decided to challenge this state of affairs and were the first in Russia to release the "Fresh Cheese" category, adapted for children. The company was first in the world to create chocolate mascarpone and ricotta."

The tandem with Soyuzmultfilm is already bearing fruit: adults with nostalgia remember their favorite characters from childhood, and kids are delighted with the taste.

AND NO LACTOSE

The company follows the latest trends. So, today the consumer wants to get not just tasty, but high-quality and healthy food.

"At the same time, it is important for people to be followers of the brand, to share its philosophy. The new name of our company will become synonymous with a healthy lifestyle and proper nutrition," emphasizes Alexey Martynenko.

The lactose-free line of Italian cheeses Unagrande was launched at the end of last year.

"This novelty allows all consumers who experience discomfort from consuming ordinary dairy products to keep delicious cheeses in their diet, maintaining their usual standard of living and not changing their preferences," notes Alexey.

This product is in great demand, as studies show, 15% of the Russian population is lactose intolerant.

"When we talk with representatives of retail chains, we understand how important it is to release such goods," argues Martynenko. "According to retailers, the demand for this line is growing, and its availability on store shelves allows chains to attract additional customer traffic."

FROM CAUCASIAN TOASTS TO TIKTOK

Unagrande Company today is not just a cheese producer, but a whole culture and a carefully built ecosystem.

"We not only make cheeses, but also create resources that allow consumers to get acquainted with our products in



BY THE WAY

ACCORDING TO THE
COMPANY, IN 2020 THE
COMPANY PRODUCED 7,800
TONS OF DAIRY PRODUCTS.
GROSS REVENUE EXCEEDED
RUB 3 BILLION, WHICH IS 20%
MORE THAN IN 2019.
ACCORDING TO THE DAIRY
MARKET RESEARCH CENTER,
IN 2020 THE VOLUME OF
MILK PROCESSING IN THE
COMPANY REACHED 38.5
THOUSAND TONS.





a comfortable environment for them,” emphasizes Mr. Martynenko.

For example, you can find hundreds of recipes with Unagrande Company products that will surprise the most fastidious gourmets on sochetaizer.ru – the largest culinary portal in the country. These are vegetable tart with suluguni, spicy ricotta sauce with herbs, baked pears with mascarpone cream and much more. On social networks, this resource already has 1.5 million regular subscribers and more than 100 million views of video recipes, which are updated twice a week.

Another resource that also helps the company to take care of its consumers is the unique and incredibly popular Unagrande YogaClub application, which provides useful yoga lessons. More than a million people are regularly taking these video courses.

“To support the line of Caucasian cheeses, we have the entertainment content Feast with Umalat (“Zastolye s Umalat”). The resource is very interesting and absolutely in the Caucasian style. Guests talk, tell anecdotes and interesting stories”.

In the summer of 2020, Unagrande Company appeared on the TikTok social network popular among young people. The videos filmed as an experiment quickly went viral and gained up to 1.5 million views.

Another fresh, but already sensational project, where they talk about the company’s products, is the television show “Business with Taste” (“Business so vkusom”). The project involves people who have made themselves and make this world a better place.

“I would like to note that we are not supporters of thinking about our consumer in terms of their age, gender and income level,” notes Mr. Martynenko. “Our audience is thinking and feeling people.”

NOTHING BUT THE TRUTH

When launching the rebranding of one of the flagship brands of Unagrande, the company hypothesized that the modern consumer is most interested in honesty and sincerity. Then the idea of placing information about the composition of the product on the front side of the package appeared. Usually, food manufacturers “distract” attention with a beautiful picture, inscriptions about pleasure and taste, and all other important information, as a rule, is applied in small print.

“No one among market players has done anything like this,” says Alexey Martynenko. “There was a lot of controversy in the team about this: is it right to remove the picture to which the consumer is so accustomed? But we decided to tell our clients the truth and nothing but the truth. And our clients appreciated such a non-standard move.”

Actually, what to hide? The products contain only natural ingredients, and the most important ingredient, milk, is purchased exclusively from trusted suppliers. According to Mr. Martynenko, before 2010 there were problems with raw materials in the country. Today the situation has changed

INTERESTING FACT

IN 2015, ALEXEY MARTYNNENKO COMPLETED THE OPM PROGRAM AT HARVARD BUSINESS SCHOOL, BECOMING ONE OF FOUR RUSSIAN BUSINESSMEN WHO AT THAT TIME COMPLETED THE HARVARD BUSINESS SCHOOL PROGRAM.

dramatically, milk of the highest quality is supplied to production by large innovative farmers from Moscow, Kaluga and other regions.

“We buy only premium milk, which is why our product leaves such a clear aftertaste,” Martynenko assures. “Our mission is to make food affordable, natural and fresh. We believe that healthy food makes a difference in lifestyle.”

To the question “How does one manage to develop such a successful business?” Alexey, without hesitation, answers: “You have to be a little crazy. But the most important thing is to be able to keep the brand.”

“When I say that we are leaders in the field of innovations and set trends for the market, I understand that our uncompromising attitude to quality helped us achieve this. You need to be a fan of what you do,” Mr. Martynenko states.

Yulia Yudina





**Якоб
Пиннекер:**

В России в тот год Некрасов и Салтыков-Щедрин начали редактировать журнал «Отечественные записки», Менделеев основал Русское химическое общество, умер знаменитый критик Писарев, зато родились будущий пролетарский писатель Максим Горький и будущий последний император Николай II.

А в Германии началась Deutscher Krieg, Немецкая гражданская война, в которой не последние роли довелось сыграть Вильгельму I, Наполеону III, Бисмарку и даже Джузеппе Гарибальди. И ещё в 1868 году в баварском Регенсбурге, одном из старейших городов страны, была основана маленькая семейная слесарная компания. Кто мог знать тогда, что спустя полтора столетия через оборудование этого предприятия будет проходить более половины электричества планеты! С 2003 года дочерняя компания немецкой организации «Машиненфабрик Рейнхаузен» работает и в России. С генеральным директором ООО «МР» Якобом Пиннекером мы побеседовали.

**«Компания
«МР» —
часть силы,
стоящей за
силой!»**

– Якоб, только в нашей стране «Машиненфабрик Рейнхаузен» ведёт деятельность более 60 лет, а основана она была за восемь лет до изобретения первого трансформатора переменного тока! Чем же она тогда занималась? Расскажите историю становления и развития материнской компании. Что она представляет собой сегодня?

– Предприятие, основанное более 150 лет назад, сначала занималось производством лесопильного оборудования. После Первой мировой войны спрос на него резко упал, компания «Машиненфабрик Рейнхаузен» начала искать новые сферы деятельности. Она попробовала себя в самых разных технических областях, даже пыталась производить самолёты!

В 1929 году в Германии бурно шли процессы электрификации и индустри-

ализации, структуры электроснабжения столкнулись с большой проблемой: трансформаторы не справлялись со стабилизацией сетей. Постоянные перебои в электричестве стали нормой. И вот молодой, но уже известный инженер Бернхард Янсен запатентовал и презентовал решение этой проблемы. Он придумал регулятор под напряжением, давший трансформаторам функционал стабилизации сети под любой нагрузкой. Это предоставляло возможность обеспечивать потребителя качественным электричеством бесперебойно. Изобретение вызвало сенсацию в профессиональном мире и вскоре стало внедряться в глобальном масштабе. А для реализации первого прототипа нового устройства у изобретателя не хватало одного элемента, зубчатого колеса. И вот как раз «Машиненфабрик Рейнхаузен», единственная из всех слесарных компа-

ний, смогла выполнить техническое задание Янсена! Так для неё началась новая, долгая и славная жизнь.

На сегодня компания «Машиненфабрик Рейнхаузен» занимает в мире лидирующую позицию по производству регуляторов под напряжением (РПН) с годовым оборотом 850 миллионов евро, имеет 40 дочерних фирм на разных континентах и общий штат 3600 сотрудников. Но, несмотря на это, она не поменяла локацию, до сих пор базируется в Регенсбурге и является семейной.

– Компания «МР» была создана в 2003 году, через полвека с начала присутствия «Машиненфабрик Рейнхаузен» на нашем рынке. Почему именно тогда возникла такая необходимость? Чем занимается «МР», где она локализована?

– Россия занимает первое место в мире по величине территории, и инфраструктура в сфере электроэнергетики у неё соответственная. Мы, как производители компонентов для трансформаторов, просто не могли игнорировать этот огромный потенциал.

Компания, как вы правильно заметили, присутствовала со своей продукцией на российском рынке уже более полстолетия, но открытие московского офиса, на которое она по стечению экономических и иных обстоятельств решилась 17 лет тому назад, стало первым и очень важным стратегическим решением для развития бренда в России и странах СНГ.

Я убеждён, что для всех иностранных компаний из всех топовых инструментов для ведения успешного бизнеса вернейшими являются общение с заказчиком на его родном языке, понимание его особенностей и менталитета. И конечно, нужно быть географически как можно ближе к клиентам. Мы последовательно проводили эту политику, и в 2016 году был открыт филиал «Машиненфабрик Рейнхаузен» в Екатеринбурге с направлением работы «из региона – для региона».

– А когда вы стали генеральным директором «МР»? Были ли у вас сомнения, стоит ли связывать свою судьбу с Россией? Никогда не жалели?

– В Россию я приехал в 2016 году, когда мне было 33 года, именно на должность генерального директора компании «МР» и руководителя екатеринбургского филиала. Я понимал, что задача передо мной стоит сложная, но очень интересная. И здесь я в себе открыл такой личностный потенциал, о котором даже не подозревал! Поэтому я не только не жалею о приезде в Россию, но и рад этому решению.

– Какова миссия «МР» в России? В чём секрет успеха вашего представительства? Каковы корпоративные ценности компании? Есть ли у вас слоган?

– Наша миссия в России – развивать долгосрочные отношения и оправдывать доверие наших заказчиков.

Секрет успеха «МР» заключается в симбиозе нашего оборудования и высококвалифицированного персонала, формирующего индивидуальные и комплексные решения для наших клиентов.

А девиз «Машиненфабрик Рейнхаузен» по-английски звучит «THE POWER BEHIND POWER», что можно перевести как «Сила, которая стоит за силой». Исходя из этого компания «МР» – часть силы, стоящей за силой!

– Вашими партнёрами являются как крупнейшие генерирующие компании России, так и поставщики электроэнергии, такие как «РусГидро» или «Россети». Расскажите об этом сотрудничестве.

– Если нас раньше воспринимали как поставщика комплектующих для трансформаторов, то сейчас, особенно в Уральском регионе, – как компанию, специализирующуюся на диагностике, обслуживании и комплексной модернизации трансформаторов. Совсем недавно был случай, когда три тысячи жителей Перми остались без электричества, потому что старый трансформатор вышел из строя. Эта авария никак не была связана с оборудованием, которое мы поставляем, однако наших сотрудников заказчик попросил участвовать в устранении проблемы. В результате вопрос был быстро решён. Это говорит как о доверии к «МР» заказчика, так и о квалификации нашего персонала.

– Какова география поставок продукции «МР»?

– Мы работаем по всей России и в странах СНГ: в Азербайджане, Казахстане, Узбекистане.

– Компания является обладателем награды Hidden Champion («Скрытый чемпион») и за пределами отрасли практически неизвестна, зато в ней без неё никуда. Однако отрасль не стоит на месте: как и все высокотехнологичные сферы, она в наши дни развивается стремительно. Какие инновации вы внедряете? Присматриваетесь ли к развитию альтернативной энергетики и связываете ли с нею, хотя бы отчасти, своё будущее?

– Однозначно – да! Альтернативная энергетика ставит электросетевые компа-

нии перед новыми задачами, в том числе связанными со сменой технических условий. И наш новый регулятор под напряжением ECOTAP® VPD® как раз разработан для решения подобных технических задач. На данный момент мы ведём переговоры с крупным разработчиком и, если пандемия не затормозит процесс, ждём результата не позднее 3-го квартала 2021 года.

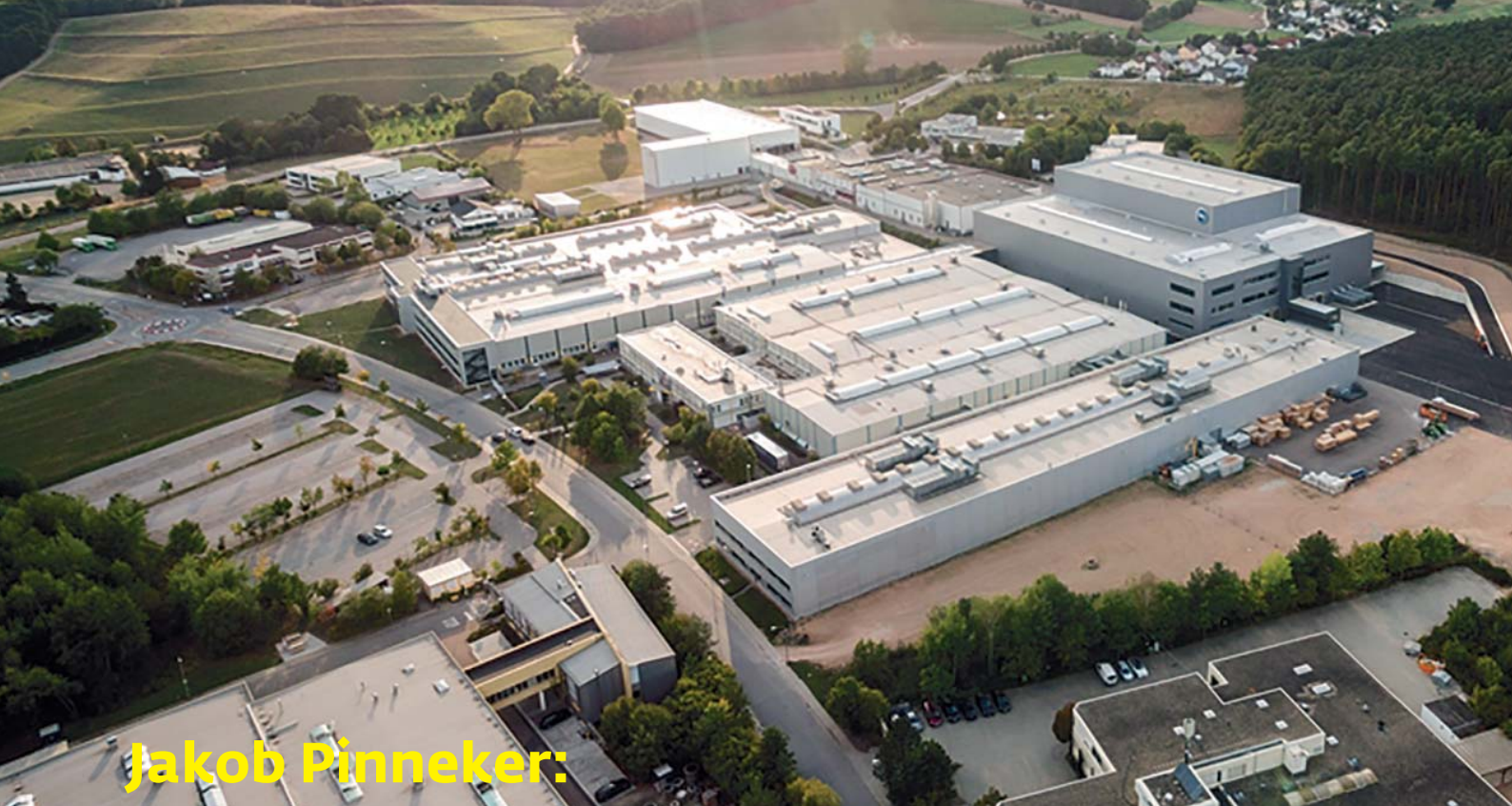
– Во всех технологических сферах России взят курс на цифровизацию. «МР», конечно, не осталась в стороне от этого процесса?

– В электроэнергетике действительно идёт активное внедрение цифровизации. Наша система ETOS® как раз является комплексным решением в направлении цифровизации для трансформаторов. В 2020 году должны были пройти завершающие переговоры по реализации пилотного проекта, но этому помешала пандемия. Ближе к осени 2021-го мы ожидаем его завершения, после чего сможем предложить заказчикам цифровой трансформатор.

Преимущества для заказчика заключаются в том, что «МР» предлагает реализацию комплексного проекта, включающего поставку, диагностику оборудования и выполнение модернизации под ключ. Это даст заказчику возможность решить поставленные правительством России задачи по цифровизации отрасли, а также оценить потенциал долгосрочного сотрудничества с нашей компанией.

Беседовала Елена Александрова





Jakob Pinneker:

“MR is part of the Power Behind Power”

In 1868 in Russia, Nekrasov and Saltykov-Shchedrin began editing the journal *Otechestvennye Zapiski*, Mendeleev founded the Russian Chemical Society, the famous critic Pisarev died, but the future proletarian writer Maxim Gorky and the future last emperor Nicholas II were born.

And in Germany, *Deutscher Krieg* began, the German Civil War, in which William I, Napoleon III, Bismarck and even Giuseppe Garibaldi had a chance to play not the last roles. And back in 1868 in Bavarian Regensburg, one of the oldest cities in the country, a small family locksmith company was founded. Who could have known then that after a hundred and fifty years more than half of the planet's electricity would pass through the equipment of this company! Since 2003, a subsidiary of the German Maschinenfabrik Reinhausen has been operating in Russia. We talked with Jakob Pinneker, CEO at LLC MR.



– Jakob, only in our country Maschinenfabrik Reinhausen has been operating for over 60 years, and it was founded 8 years before the invention of the first AC transformer! What was it doing then? Tell us the story of the formation and development of the parent company. What is it today?

– The company, which was founded more than 150 years ago, initially focused on the production of sawmill equipment. After the First World War, demand for it fell sharply, and the company Maschinenfabrik Reinhausen began to look for new areas of activity. It tried itself in various technical fields, even tried to produce airplanes!

In 1929, the processes of electrification and industrialization were rapidly going on in Germany, and the power supply structures faced a big problem: the transformers could not cope with the stabilization of the networks. Constant power outages have become the norm. A young but already well-known engineer Bernhard Jansen patented and presented a solution to this problem. He invented a voltage regulator that gave transformers the functionality of stabilizing the network under any load. This made it possible to provide the consumer with high-quality electricity without interruption. The invention caused a sensation in the professional world and soon began to be implemented on a global scale. But the inventor lacked one element, a gear wheel, to implement the first prototype of the new device. And just Maschinenfabrik Reinhausen was the only locksmith company able to fulfill Jansen's order! Thus, a new, long and glorious life began for it.

Today Maschinenfabrik Reinhausen occupies the world's leading position in the production of voltage regulators (OLTC),

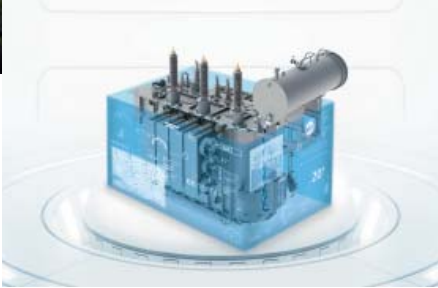
with an annual turnover of 850 million euros, has 40 subsidiaries on different continents and a total of 3600 employees. But, despite this, it didn't change the location, it's still based in Regensburg, and it's a family business.

– The company MR was founded in 2003, after half a century of the presence of Maschinenfabrik Reinhausen in our market. Why did such a need arise? What does MR do, where is it located?

– Russia ranks first in the world in terms of territory, and has a corresponding infrastructure in the field of electricity. And we, as manufacturers of transformer components, simply could not ignore this huge potential.

The company, as you rightly noted, has been present with its products on the Russian market for more than half a century, but the opening of the Moscow office, which





was forced by a coincidence of economic and other circumstances 17 years ago, was the first and very important strategic decision for brand development in Russia and the CIS countries.

I'm convinced that for all foreign companies, of all the top tools for running a successful business, the most reliable thing is to communicate with the customer in their native language, to understand their characteristics and mentality. And of course, you need to be geographically as close to your customers as possible. We have consistently pursued this policy, and in 2016 the Maschinenfabrik Reinhausen branch was opened in Yekaterinburg, with the direction of work "from the region to the region".

– When did you become the CEO at MR? Did you have any doubts whether it is

worth tying fate with Russia? Have you ever regretted it?

– I came to Russia in 2016, when I was 33 years old, precisely for the position of the CEO of the company MR and the head of the Yekaterinburg branch. I understood that the task was difficult, but very interesting. And here I discovered in myself such a personal potential that I didn't even know about! Therefore, I not only don't regret coming to Russia, but I'm also happy with this decision.

– What is the MR's mission in Russia? What is the secret of the success of our representative office? What are the corporate values of the company? Do you have a slogan?

– Our mission in Russia is to develop long-term relationships and live up to the trust of our customers.

The secret of MR's success lies in the symbiosis of our equipment and highly qualified personnel, who form individual and complex solutions for our customers.

And the motto of Maschinenfabrik Reinhausen in English sounds: "THE POWER BEHIND POWER". Proceeding from this, the company MR is "a part of the power behind power!"

– Your partners are both the largest generating companies in Russia and electricity suppliers such as RusHydro or Rosseti. Tell us about this collaboration.

– If we were previously perceived as a supplier of components for transformers, now, especially in the Urals region, as a company specializing in diagnostics, maintenance and comprehensive modernization of transformers. There was a case when three thousand residents of Perm were left without electricity, because an old transformer was out of order. This accident had nothing to do with the equipment we supply, but our employees were asked by the customer to help fix the problem. As a result, the issue was quickly resolved. This speaks both of the customer's trust in MR and of the qualifications of our personnel.

– What is the geography of supply of MR products?

– We work throughout Russia and in the CIS countries: Azerbaijan, Kazakhstan, Uzbekistan.

– The company is the winner of the Hidden Champion award, which is practically unknown outside the industry, but it is very important. However, the industry doesn't stand still: like all high-tech areas, it's developing rapidly these days. What innovations are you implementing? Are you looking closely at the development of alternative energy and do you at least partially associate your future with it?

– Definitely – yes! Alternative energy poses new challenges to power grid companies, including those related to changing technical conditions. And our new regulator ECOTAP® VPD® is precisely designed to meet these technical challenges. At the moment, we are negotiating with a large developer and, if the pandemic does not slow down the process, we are waiting for the result no later than Q3 2021.

– A course towards digitalization has been taken in all technological spheres of Russia. MR, of course, didn't stay away from this process?

– The power industry is indeed actively introducing digitalization. Our ETOS system offers a complete solution to digitalize transformers. In 2020, final negotiations on the implementation of a pilot project were supposed to take place, but this was delayed by the pandemic. We expect its completion closer to the fall of 2021, after which we will be able to offer customers a digital transformer.

The advantages for the customer are that MR offers the implementation of a complex project, including the supply, equipment diagnostics and turnkey modernization. This will give the customer the opportunity to solve the tasks set by the Russian government for the digitalization of the industry, and at the same time assess the potential for long-term cooperation with our company.

Interviewed by Elena Alexandrova





Владимир Мысак:

В последнее время тема энергосбережения стала особенно актуальной. Об экономии ресурсов говорят во всём мире. Однако в России общество пока не полностью понимает то, зачем и, главное, как экономить. О том, как можно снизить затраты на электроэнергию благодаря новейшим технологиям и за счёт чего формируется цена на услуги, нам рассказал Владимир Мысак, генеральный директор компании «АЭР».

«ГЛАВНЫЕ ЦЕЛИ НАШЕЙ РАБОТЫ – СОКРАЩЕНИЕ РАСХОДОВ КЛИЕНТА НА ОПЛАТУ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ, А ТАКЖЕ СОЗДАНИЕ КОМФОРТНОЙ, СОВРЕМЕННОЙ И ПОНЯТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ»

– Компания «АЭР» была создана в 2015 году, а на сегодняшний день она уже одна из крупнейших энергосбытовых компаний Краснодара, которая работает по всей стране. Как удалось добиться успеха и почему клиенты выбирают именно вас?

– Создавая компанию, мы с коллегами тщательно изучали опыт других предприятий, оценивали риски, достоинства и недостатки деятельности. И только сделав выводы, наметили план развития новой организации. Сначала у компании была не энергосбытовая деятельность, а энергоконсалтинг. Сейчас «АЭР» – независимый поставщик электроэнергии федерального масштаба. Нам удалось собрать лучшую команду аттестованных специалистов, имеющих ценный практический опыт в сфере энергоснабжения предприятий, интеграции АСКУЭ, производства электромонтажных работ, а также в области юридического сопровождения по вопросам энергопотребления коммерческих и бюджетных предприятий.

Почему обращаются именно к нам? Во-первых, мы придерживаемся принципов открытости и прозрачности. То есть предоставляем клиенту детальный и понятный анализ системы ценообразования, а также предлагаем способы оптимизации затрат на электроэнергию исключительно легальными способами. Во-вторых, у нас чёткое соблюдение сроков – мы не подводим своих клиентов, выполняем все работы с максимальной оперативностью и без ущерба для рабочего процесса предприятия. В-третьих, мы даём гарантию на выполняемые работы. При этом используем только новейшее оборудование и современные материалы.

– Владимир Владимирович, как удаётся выдерживать конкуренцию в этой непростой сфере? В чём заключаются ваши преимущества перед другими компаниями?

– На сегодняшний день в России около 141 «полноценной» независимой

энергосбытовой компании, способной поставлять электрическую энергию как с оптового, так и с розничного рынка электрической энергии, и за последние годы на рынке конкурентов их становится больше. Но я не могу сказать, что конкурентная борьба ведётся очень активно. Мы свои преимущества знаем, причём по многим аспектам.

Сейчас наша компания берётся за разные проекты и предлагает клиентам тот спектр услуг, который другие предоставить не могут или не хотят. То есть мы не только даём электрическую энергию, но и решаем физику процессов. У нашей компании есть технические возможности, обеспечивающие соблюдение интересов потребителя в сетевой компании. Например, не секрет, что качество электроэнергии, поставляемой потребителю, не зависит от сбытовой компании, а определяется техническим состоянием сетей и энергоустановок потребителя: здесь мы можем помочь привести всё в порядок.

Или, например, потребителю нужно проложить кабель, сделать реконструкцию подстанции, заменить осветительное оборудование – это всё тоже можем сделать. Так, проанализировав потребности клиентов, мы решили организовать в нашей компании сервис одного окна, то есть специалисты головной компании сейчас принимают заявки на большую часть задач и передают в дочерние структуры. Когда это стало работать, сюда же мы добавили и ИТ-сервис. В итоге у нас получилась вот такая структура: головная компания «АЭР» – основное направление «поставка электрической энергии»; «АЭР-Трейд» – поставка как электрооборудования, так и ИТ; «АЭР-Инжиниринг» – монтажные работы; «АЭР-Сервис» – ИТ-аутсорсинг, системы контроля доступа, видеонаблюдение и всё что связано в целом с ИТ-направлением. Стараемся предоставить все услуги под ключ. И во время пандемии мы сразу же всем нашим клиентам предложили внедрить систему для перехода на удалённую работу, в частности по ИТ-направлению. Я считаю, когда предоставляется комплекс услуг, это намного выгоднее. И у клиента не болит голова, если он знает, что 90% потребностей можно закрыть одним обращением к нам. Всё это должно вырасти в «интеллектуальную энергетику» – как по духовному, так и по фактическому пониманию данных слов.

– Тема энергосбережения стала популярной в последнее время. Компания «АЭР» может справиться с этой задачей?

– Безусловно. Потому что главные цели нашей работы – это сокращение расходов клиента на оплату электроэнергии, а так-

же создание комфортной, современной и понятной инфраструктуры.

Мы работаем для современного бизнеса, который ценит передовые технологии и действительно умеет считать свои деньги. Для наших клиентов важны комфортные условия работы и сокращение итоговой стоимости даже на рубль – это реальный стимул для смены энергосбытовой компании не только в Краснодаре, но и на территории Российской Федерации. При этом специалисты «АЭР» обладают всеми необходимыми навыками, осуществляя переход к новому поставщику электроэнергии совершенно безболезненно и быстро.

– А как формируется цена на ваше электричество? Благодаря каким факторам вы можете снизить цену для своих заказчиков?

– Здесь нет никакого секрета, основы ценообразования утверждены законодательством. Есть тариф на передачу электрической энергии, есть инфраструктурные платежи, и эти тарифы (передача и инфраструктура) в большинстве своём в регионе едины для всех, потому что устанавливаются Региональной энергетической комиссией (РЭК) на год вперёд. Но есть ещё стоимость самой единицы передаваемой электрической энергии и сбытовая надбавка гарантирующего поставщика в регионе (она тоже, кстати, устанавливается РЭК). И именно сбытовая надбавка – это те операционные затраты, которые несёт гарантирующий поставщик. Это как раз те вещи, на которых можно сэкономить. Да и основное отличие гарантирующего поставщика (ГП) от независимой энергосбытовой

компании – оплаты и ценообразование. У ГП оно прописано законом и фиксируется, у независимых энергосбытовых компаний – свободное ценообразование, как и форматы оплат. Дальше уже идут квалификация персонала и автоматизация. На то, что мы можем обрабатывать 50 сотрудниками, неквалифицированному ГП понадобится 500 человек (объём тот же), плюс увеличивается объём бюрократических проволочек. Это всё издержки, которые в итоге ложатся в тарифе на потребителя. А мы здесь можем экономить без ущерба для качества предоставляемых услуг. Также если ГП в зоне своей деятельности не может отказать потребителю в заключении договора на законодательном уровне, то мы вправе выбирать, с кем работать.

– Расскажите, как у вас обстоит дело с кадровым вопросом? Вы специалисты сами «растете» или их хватает на рынке труда?

– У нас особых проблем с кадрами не возникало. Мы ценим каждого нашего сотрудника, и за пять лет из компании ушло всего три работника, причём, подчеркну, непрофильных. По поводу квалификации специалистов: по опыту работы могу сказать одно – в вузах не учат тому, как нужно работать в энергосбытовой компании. Здесь обучение идёт в процессе деятельности. Например, в нашей компании сотрудники с разным образованием. Для нас главное, что сам человек захотел понять предмет своей деятельности и внедриться в процесс, и образование здесь не на первом месте. Большую часть кадров мы «воспитываем» сами.





Vladimir Mysak:

“OUR MAIN GOAL IS TO REDUCE THE CLIENT’S ELECTRICITY COSTS, AS WELL AS TO CREATE A COMFORTABLE, MODERN AND CLEAR INFRASTRUCTURE”

Recently, the topic of energy saving has become especially relevant. The whole world is speaking about saving resources. However, in Russia, society still doesn’t fully understand why, and most importantly, how to save. Vladimir Mysak, CEO at AER, told us how it’s possible to reduce energy costs thanks to the latest technologies and how prices for services are formed.

– *The AER company was established in 2015, and today it’s already one of the largest energy sales companies in Krasnodar, which operates throughout the country. How did you succeed and why do customers choose you?*

– When creating the company, my colleagues and I carefully studied the experience of other enterprises, assessed risks, advantages and disadvantages of activities, and only after drawing conclusions, outlined a plan for the development of the new organization. At first, the company had not energy sales activities, but energy consulting. Now AER is an independent federal-scale electricity supplier. We managed to gather the best team of certified specialists with valuable practical experience in the field of power supply of enterprises, the integration of automatic systems for commercial accounting of power consumption, the production of electrical work, as well as in the field of legal support

on energy consumption of commercial and budget enterprises.

Why do they contact us? First, we adhere to the principles of openness and transparency. That is, we provide the client with a detailed and understandable analysis of the pricing system, as well as suggest ways to optimize energy costs in exclusively legal ways. Secondly, we have strict adherence to deadlines – we don’t let our clients down, performing all work with maximum efficiency without damage to the work process of the enterprise. Thirdly, we give a guarantee for the work performed. At the same time, we use only the latest equipment and modern materials.

– *Mr. Mysak, how do you manage to withstand competition in this difficult area? What are your advantages over other companies?*

– Today in Russia there are about 141 “full-fledged” independent energy sales companies capable of supplying electricity from both the wholesale and retail electricity markets, and in recent years more competitors have appeared on the market. But I cannot say that the competition is very active. We know our advantages, and in many respects.

Now our company takes on various projects and offers clients the range of services that others cannot or don’t want to provide. That is, we not only “give” electrical energy, but also solve the physics of processes. Our company has the technical capabilities to ensure that the interests of the consumer in the network company are met. For example, it’s no secret that the quality of electricity supplied to the consumer doesn’t depend on the sales company, but is determined by the technical condition of the consumer’s networks and power plants: here we can help

put everything in order. Or, for example, a consumer needs to lay a cable, reconstruct a substation, replace lighting equipment – we can do all this too. So, having analyzed the needs of customers, we decided to organize a one-stop-shop service in our company, that is, the specialists of the parent company accept applications for most of the tasks and transfer them to subsidiaries. When it started working, we added an IT service here. As a result, we got the following structure: the head company AER has the main direction “supply of electrical energy”; AER-Trade – supply of both electrical equipment and IT; AER-Engineering – installation work; AER-Service – IT outsourcing, access control systems, video surveillance and everything related in general to the IT direction. We try to provide all services turnkey. And during the pandemic, we immediately offered all our clients to implement a system for the transition to remote work, in particular in the IT direction. I think when a range of services is provided, it is much more profitable. And clients don't have a headache if they know that 90% of needs can be covered with one call to us. All this should grow into “intellectual energy” – both in spiritual and in actual understanding of these words.

– The topic of energy saving has become popular recently. Can AER company cope with this task?

– Certainly. The main goal of our work is to reduce the client's expenses for electricity, as well as to create a comfortable, modern and clear infrastructure.

We work for a modern business that appreciates advanced technologies and, indeed, knows how to count their money. Comfortable working conditions and a reduction in the total cost even by a ruble are important for our clients – this is a real incentive to change the energy sales company not only in Krasnodar, but also in the Russian Federation. At the same time, AER specialists have all the necessary skills, making the transition to a new electricity supplier completely painless and quick.

– How is the price of your electricity formed? What factors can help you reduce the price for your customers?

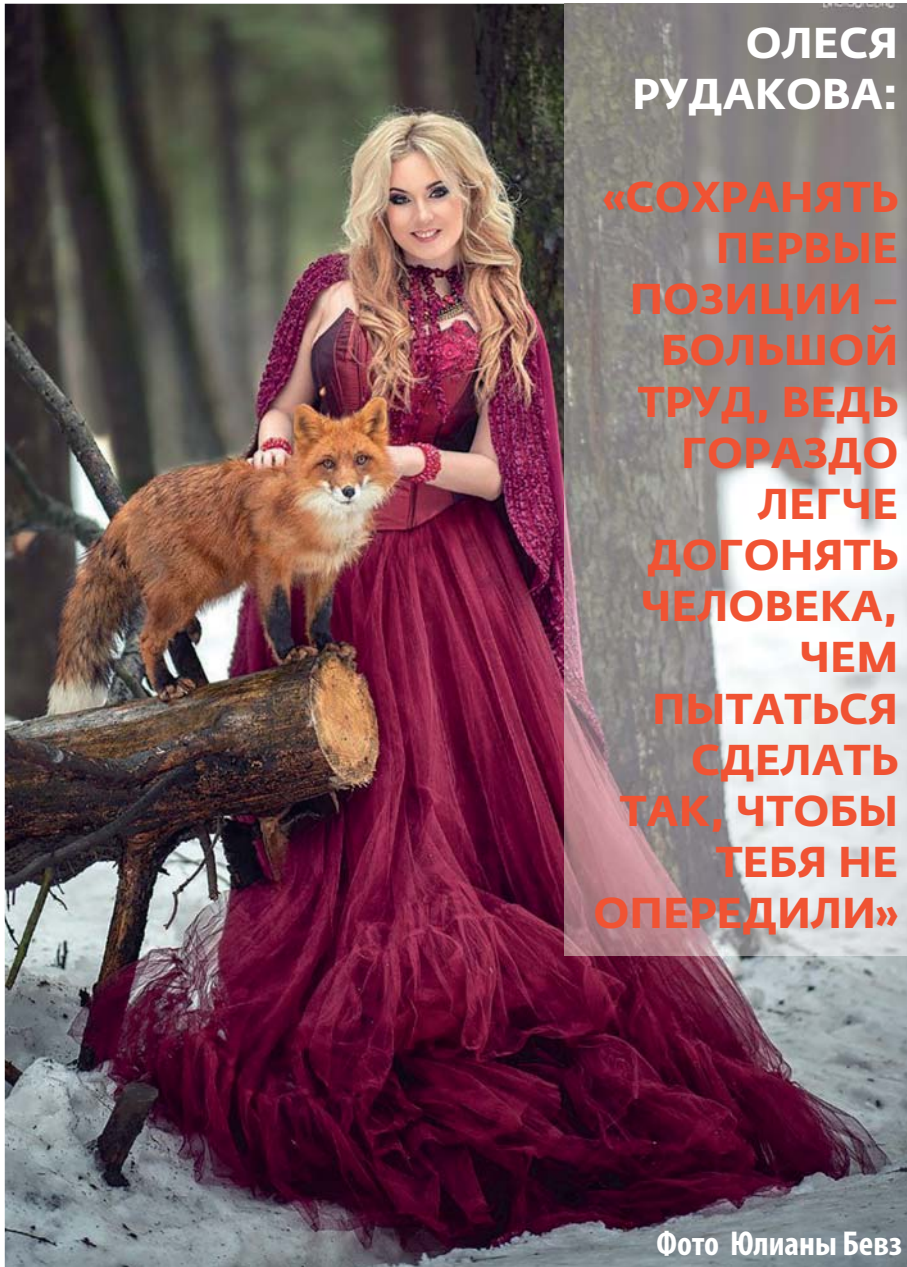
– There is no secret here, the basics of pricing are approved by law. There is a tariff for the supply of electricity, there are infrastructure payments, and these tariffs (supply and infrastructure) for the most part are the same for everyone in the region, because they are set by the Regional Energy Commission (REC) for the year ahead. But there is also the cost of the unit of transmitted electric energy and the sales markup of the supplier of last resort in the region (by the way, it is also set by the REC). And it's the sales markup that is the operating costs incurred by the supplier of last resort. These are the things that you can save on. And the main difference between a supplier of last resort (GP) and an independent power supply company is payment and pricing. It is prescribed by law for GPs and is fixed, for independent

energy sales companies pricing is free, as well as payment formats. Further, there are personnel qualifications and automation. For the fact that we can handle 50 employees, an unqualified GP will need 500 people (the same volume), plus the number of bureaucratic delays increases. These are all costs that ultimately fall on the consumer in the tariff. And here we can save money without compromising the quality of the services provided. Also, if the GP in the area of its activity cannot refuse the consumer to conclude an agreement at the legislative level, then we have the right to choose with whom to work.

– Tell us how you are doing in terms of personnel? Do you “raise” specialists yourself or are there enough of them on the labor market?

– We didn't have any special problems with personnel. We value each of our employees, and in 5 years only three employees have left the company, and, I emphasize, these were non-core employees. Regarding the qualifications of specialists: from work experience, I can say one thing – universities don't teach how to work in an energy sales company. Here, learning takes place in the process of activity. For example, our company has employees with different backgrounds. For us, the main thing is that the person himself wanted to understand the subject of his activity and penetrate into the process, and education is not in the first place here. We “educate” most of the personnel ourselves.





**ОЛЕСЯ
РУДАКОВА:**

**«СОХРАНЯТЬ
ПЕРВЫЕ
ПОЗИЦИИ –
БОЛЬШОЙ
ТРУД, ВЕДЬ
ГОРАЗДО
ЛЕГЧЕ
ДОГОНЯТЬ
ЧЕЛОВЕКА,
ЧЕМ
ПЫТАТЬСЯ
СДЕЛАТЬ
ТАК, ЧТОБЫ
ТЕБЯ НЕ
ОПЕРЕДИЛИ»**

Фото Юлианы Бевз

– Олесья Сергеевна, вы ежегодный лауреат профессиональных наград, и этот год – не исключение. Что для вас премия – признание, возможность замедлиться и отдохнуть или скорее точка роста и мотивация для дальнейших действий?

– Для меня это признание моего мастерства. Получить однажды награду, а потом всю жизнь ходить и говорить об этом могут многие. Но быть лучшим ежегодно, а не от случая к случаю, не потому, что повезло, а потому, что ты трудился каждый день, каждый раз начиная с нуля, развивался, совершенствовался и добивался результата – для меня именно это и является признанием моего профессионализма.

Я хочу совершенствоваться каждый день, не превосходить кого-то, а быть лучше себя вчерашней. Поэтому мне особенно приятно, что меня признавали лучшим риелтором в 2017, 2018, 2019 и 2020 годах.

Но я тоже не сразу стала номером один. Я начинала с номинанта и упорно шла к лидерству в своей сфере. И сейчас каждый год подтверждаю это звание своей работой, трудом, количеством совершённых сделок и довольных клиентов. Тяжело сохранять первые позиции. Всегда легче догонять человека, чем пытаться сделать так, чтобы тебя не опередили.

– Конкуренция на рынке недвижимости очень велика. Риелторские агентства открываются и закрываются с пугающей периодичностью. Как вам удаётся не только выдерживать конкуренцию, но и расти и быть в числе лучших?

– В любой профессии, несмотря на большое количество специалистов, мало профессионалов, которые хорошо и ответственно выполняют свою работу. Врачей много, а хороших – мало; адвокатов много, хороших – мало.

Постоянство – признак мастерства, о чём говорят регулярные номинации и награды в профессиональной сфере. Как сохранять лидирующие позиции и что стоит за успехом? Об этом беседуем с Олесей Сергеевной Рудаковой – генеральным директором компании «Оранж», вице-президентом Гильдии риелторов Московской области, членом регионального совета и ежегодным лауреатом конкурса профессионального признания «Риэлтор года».

Я не боюсь конкуренции, наоборот, активно делюсь секретами успеха и мастерства. Потому что считаю, что никто не сможет сделать так, как я. Каждый делает ту же работу по-своему. Рынок недвижимости большой, и я не вижу конкуренции. Если бы даже я была на этом рынке одна, то всё равно не смогла бы всё охватить. Если человек трудится хорошо, то работа у него всегда будет и её всем хватит.

Мой секрет в том, чтобы помогать людям искренне, решать их вопросы с жильём и коммерческой недвижимостью, оказывать помощь в инвестировании с полной отдачей и вовлечённостью.

– Как изменился рынок недвижимости за последний год? В текущих условиях, очевидно, вырос спрос на загородную недвижимость. А из-за удалённой работы многие крупные предприятия сокращают офисные площади. Как это отразилось на работе вашей компании? Как вы адаптируетесь к изменениям?

– Мы сместили фокус на развитие коммерческой недвижимости. В прошлом году я повысила экспертность и квалификацию по коммерческой недвижимости в школе Натальи Девятковой (г. Тюмень). Это замечательный специалист, мастер своего дела. Я всегда учусь у лучших. Я мастер дела в жилой недвижимости, а теперь ещё и более квалифицированно и профессионально занимаюсь коммерческой недвижимостью. Постоянное развитие и совершенствование мастерства – вот ключ к успеху в любой деятельности.

Беседовала Юлия Свечинская

Consistency is a sign of excellence, as evidenced by regular nominations and awards in the professional field. How to maintain a leading position and what is behind success? We are talking about this with Olesya Rudakova, CEO at Orange, Vice President of the Guild of Realtors of the Moscow Region, a member of the regional council and an annual laureate of the Realtor of the Year professional recognition competition.

OLESYA RUDAKOVA:

“MAINTAINING LEADERSHIP IS A GREAT WORK, BECAUSE IT’S MUCH EASIER TO CATCH UP WITH A PERSON THAN TO TRY TO MAKE SURE THAT YOU ARE NOT OVERTAKEN”

– Mrs. Rudakova, you are an annual winner of professional awards, and this year is no exception. What is the prize for you – recognition, an opportunity to slow down and rest, or rather a point of growth and motivation for further action?

– For me, this is a recognition of my skill. Many people can get an award once and then walk and talk about it all their lives. But to be the best every year, and not from time to time, not because you were lucky, but because you worked every day, every time starting from scratch, developed, improved and achieved results – for me this is precisely the recognition of my professionalism.

I want to improve every day, not to surpass someone, but to be better than myself yesterday. Therefore, I’m especially pleased that I was recognized as the best realtor in 2017, 2018, 2019 and 2020.

But I also didn’t immediately become number one. I started with a nominee and worked hard to become a leader in my field. And now every year I confirm this title with my work, the number of transactions and satisfied customers. It’s difficult to maintain the leading positions. It’s always easier to catch up with a person than to try to make sure that you are not overtaken.

– The real estate market is very competitive. Real estate agencies open and close at alarming intervals. How do you manage not only to withstand the competition, but also to grow and be among the best?

– In any profession, despite the large number of specialists, there are few professionals who do their job well and responsibly. There are many doctors, but few good ones; there are many lawyers, but few good ones.

I’m not afraid of competition, on the contrary, I actively share the secrets of success and mastery. Because I believe that no one can do as I do. Everyone does the same job in their own way. The real estate market is big and I see no competition. Even if I were alone in this market, I still would not be able to cover everything. If a person works well, then he or she will always have work and there will be enough work for everyone.



Фото Анны Матвеевой

My secret is to help people sincerely, to solve their problems with housing and commercial real estate, to assist in investing with full return and involvement.

– How has the real estate market changed over the past year? Under the current conditions, obviously, the demand for suburban real estate has grown. And because of remote work, many large enterprises are reducing office space. How did this affect the work of your company? How do you adapt to change?

– We have shifted our focus to commercial real estate development. Last year, I improved my expertise and qualifications in commercial real estate at the school of Natalia Devyatkovskaya (Tyumen). This is a wonderful specialist, a master of her craft. I always learn from the best. I’m a master in residential real estate, and now I’m also more qualified and professional in commercial real estate. Continuous development and improvement of skills is the key to success in any activity.

Interviewed by Yulia Svecinskaya



НА ВЫСОКОЙ СКОРОСТИ

КОМПАНИЯ BRIDGESTONE ОТМЕЧАЕТ ЮБИЛЕЙ И ЗАПУСКАЕТ НА РЫНОК НОВЫЕ ШИНЫ POTENZA SPORT

ВАЖНАЯ ВЕХА

В марте этого года корпорация Bridgestone отпраздновала свой 90-летний юбилей. Также в 2021 году завод компании в Ульяновске отметит пятилетие со старта коммерческого производства.

Сегодня в портфолио завода представлены летние и зимние шины для легковых автомобилей, в том числе для кроссоверов и внедорожников. Помимо этого, компания Bridgestone в России и СНГ реализует широкую линейку импортируемых шин для самых различных сегментов, в частности для легкового и коммерческого транспорта, мотоциклов, сельскохозяйственного оборудования и спецтехники. Bridgestone активно расширяет свой бизнес в России в тесном сотрудничестве с автопроизводителями, поставляя шины в качестве первичной комплектации для различных моделей автомобилей.

Стоит отметить, что ключевым приоритетом компании является безопасность во всех аспектах – как на производстве, так и для клиентов, которые используют шины Bridgestone.

Кстати, в 2020 году корпорация Bridgestone приняла новую стратегию, в соответствии с которой компания трансформируется из глобального лидера по производству шин и резинотехнических изделий в глобального лидера, предоставляющего мобильность, направленную на устойчивое развитие, и продвинутое инновационные решения.

НОВАТОРСКИЙ ПОДХОД И ДУХ СОРЕВНОВАНИЯ

В марте компания запустила на рынок новую флагманскую модель Potenza Sport в сегменте спортивных шин.

Специалисты Bridgestone раскрыли некоторые подробности создания продукта. Так, было организовано исследование рынка, где эксперты опросили свыше 3800 водителей. Их мнения и пожелания были учтены при разработке Potenza Sport. Шины созданы таким образом, чтобы помочь водителям сохранять контроль над автомобилем и при этом полностью раскрыть его потенциал.

КСТАТИ

КОМПАНИЯ BRIDGESTONE, ОСНОВАННАЯ В ЯПОНИИ, ПРОИЗВОДИТ ШИРОКИЙ РЯД ШИН ПРЕМИУМ-КЛАССА И ПРЕДЛАГАЕТ СВОИМ КЛИЕНТАМ РАЗНООБРАЗНЫЕ ПРОДУКТЫ БОЛЕЕ ЧЕМ В 150 СТРАНАХ МИРА. В BRIDGESTONE НЕОДНОКРАТНО ОТМЕЧАЛИ, ЧТО РОССИЙСКИЙ РЫНОК ЯВЛЯЕТСЯ ВАЖНЫМ ДЛЯ КОМПАНИИ В ПЛАНЕ РАСШИРЕНИЯ БИЗНЕСА. ПОМИМО РОССИИ, БРЕНД ТАКЖЕ ПРЕДСТАВЛЕН В КАЗАХСТАНЕ, УКРАИНЕ И БЕЛОРУССИИ И РАСШИРЯЕТ СВОЁ ПРИСУТСТВИЕ В ДРУГИХ СТРАНАХ СНГ.

Один из ведущих мировых производителей шин, компания Bridgestone, активно развивает в России своё производство, а продукция поставляется не только на российский рынок, но и в Европу и страны СНГ. Благодаря инновационному подходу и внедрению современных технологий продукты компании хорошо зарекомендовали себя на рынке, ведь одни из главных критериев здесь – качество и безопасность. О новой модели спортивных шин Potenza Sport и о том, как удаётся покорять вершины, – в нашем материале.



При создании модели не обошлось без применения высоких технологий. Использование нового гибридного усиления структуры протекторной зоны позволило максимизировать показатели стабильности на высоких скоростях. Рисунок протектора включает в себя 3D-ламели для повышения жёсткости и износостойкости, улучшения сопротивления качению. Последнему способствует и спортивный каркас шины, который также позволяет максимизировать устойчивость и реакцию на руление.

Кстати, независимая немецкая организация TÜV SÜD уже протестировала новую модель Potenza Sport наряду с другими брендами в премиальном сегменте. По итогам испытаний новинка от Bridgestone продемонстрировала лучшие результаты в торможении на сухом покрытии, в управляемости автомобиля при прямолинейном движении и в повороте по сравнению с конкурентами, а также получила евромаркировку класса «А» в сцеплении на мокром покрытии для всего модельного ряда¹.

Ведущие автопроизводители, включая Maserati, Lamborghini и BMW, уже выбрали специально разработанные шины Potenza Sport в качестве первичной комплектации.

¹По результатам тестов TÜV SÜD по запросу Bridgestone.

AT HIGH SPEED

BRIDGESTONE CELEBRATES ANNIVERSARY AND LAUNCHES THE NEW POTENZA SPORT TIRES

One of the world's leading tire manufacturers Bridgestone is actively developing its production in Russia. The products are supplied not only to the Russian market, but also to Europe and the CIS countries. Thanks to an innovative approach and implementation of cutting-edge technologies, the company's products have proven themselves in the market since quality and safety are the main criteria here. In this article we will cover the new Potenza Sport tires and the company's path to success.

AN IMPORTANT MILESTONE

This March Bridgestone Corporation celebrated its 90th anniversary. Moreover, in 2021 the company's plant in Ulyanovsk will celebrate its fifth anniversary from the start of commercial production.

Today, the plant's portfolio offers summer and winter tires for passenger cars, including crossovers and SUVs. In addition, Bridgestone in Russia and CIS sells a wide range of imported tires for a big variety of segments, in particular for passenger cars and commercial vehicles, motorcycles, agricultural and special equipment. Bridgestone is actively expanding its business in Russia working in close cooperation with car manufacturers, supplying tires as OE fitment for various automobile models.

The company's key priority is safety in all aspects – both in production and in everyday use of its tires by customers.

By the way, in 2020 Bridgestone adopted a new strategy, in accordance with which the company is transforming from a global leader in the production of tires and rubber products into a global leader providing sustainable mobility and advanced solutions.

INNOVATIVE APPROACH AND COMPETITIVE SPIRIT

In March, the company launched the new flagship model in the sports tire segment – Potenza Sport.

Bridgestone specialists have revealed some details of the product creation. Thus, a market research was organized, where experts interviewed over 3,800 drivers. Their opinions and wishes were taken into account when developing Potenza Sport. The tires are designed to help drivers control the vehicle while unleashing its full potential.

High technologies were used when creating this model. The use of a new hybrid reinforcement for the tread zone structure allowed maximizing stability performance at high speeds. The tread pattern includes 3D sipes for increased shear stiffness, wear resistance, and improved tire rolling resistance. The latter is also aided by the



sporty tire carcass, which also maximizes stability and steering response.

Furthermore, the independent German organization TÜV SÜD has already tested the new Potenza Sport tires along with other brands in the premium segment. According to the test results, the new product from

Bridgestone demonstrated the best results in both dry braking and cornering and straight line stability compared to competitors. Potenza Sport also received an EU label A-grade in wet grip across its full line-up¹.

Leading car manufacturers including Maserati, Lamborghini and BMW have already chosen the specially designed Potenza Sport tires as their original equipment fitment.

¹According to TÜV SÜD tests as requested by Bridgestone

BY THE WAY

BASED IN JAPAN, BRIDGESTONE MANUFACTURES A WIDE RANGE OF PREMIUM TIRES AND OFFERS A VARIETY OF PRODUCTS TO CUSTOMERS IN MORE THAN 150 COUNTRIES AROUND THE WORLD. BRIDGESTONE HAS REPEATEDLY NOTED THAT THE RUSSIAN MARKET IS IMPORTANT FOR THE COMPANY IN TERMS OF BUSINESS EXPANSION. IN ADDITION TO RUSSIA, THE BRAND IS ALSO REPRESENTED IN KAZAKHSTAN, UKRAINE AND BELARUS AND IS EXPANDING ITS PRESENCE IN OTHER CIS COUNTRIES.





Есть города, с названиями которых связаны довольно чёткие, конкретные ассоциации. Слышишь, например, «Тула» и представляешь самовары с пряниками; слышишь «Великий Устюг» — думаешь, когда же Дед Мороз, наконец, успокоится и пустит в наши края весну; слышишь «Клин» — вспоминаешь Чайковского; слышишь «Чехов» — думаешь совсем не о Горьком и т. д. Большинство людей, причём не только в России, услышав «Сергиев Посад», в первую очередь вспоминают, конечно же, Троице-Сергиеву лавру и приезжают чаще всего именно в неё. Но так же, как Тула не может быть сыта одними пряниками, и другие города не могут жить на чём-то одном. Им необходимо расти, развиваться. Жителям надо где-то работать и получать за свой труд достойную зарплату. А для развития нужны инвестиции. Об инвестиционной привлекательности Сергиево-Посадского городского округа мы сегодня беседуем с его главой Михаилом ТОКАРЕВЫМ.

«МЕСТО, ГДЕ УДОБНО ЖИТЬ, РАБОТАТЬ, ЗАРАБАТЫВАТЬ»

– *Михаил Юрьевич, Сергей Посад уже становился обладателем премии губернатора Московской области «Прорыв года» по объёму привлечённых инвестиций. Какие успехи позволили ему получить такую награду?*

– В 2017 году в округе была проведена огромная работа по созданию уникального для всего Подмосковья муниципального индустриального парка «М-8», были возвращены в оборот земли, на которых находилось заброшенное сельскохозяйственное производство, создан промышленный кластер. На сегодняшний день заключено семь инвестиционных соглашений. Новые предприятия обеспечат работой около тысячи человек. Общий объём заявленных инвестиций составляет 4,2 миллиарда рублей. На территории муниципального парка возведено здание маркетингового офиса для обеспечения его работы. В 2021 году планируется создать комфортные условия для новых предприятий, обеспечить их подъездными путями.

– *«Прорыв» — это хорошо, но планомерное и последовательное стабильное развитие, наверное, всё-таки лучше. Какие условия, на ваш взгляд, делают регион, муниципалитет привлекательными для инвесторов? На какие факторы они обращают внима-*

ние в первую очередь и что делается в Сергиевом Посаде для того, чтобы инвесторы, один раз на него взглянув, уже по сторонам не смотрели?

– Муниципальные индустриальные парки, которые у нас созданы, управляются напрямую администрацией округа, что обеспечивает партнёрство властей округа и предпринимателей с самого начала создания производства. Они обеспечены всеми необходимыми коммуникациями: газом, теплом, электроэнергией, водой. Возможна в них и предварительная аренда участка до момента ввода предприятия в эксплуатацию, что существенно снижает первоначальные затраты.

У этих парков очень выгодное расположение: с одной стороны, они находятся практически в 100 метрах от трассы М-8 «Холмогоры», что удобно с точки зрения логистики, а с другой — всего в семи километрах от города, что обеспечивает будущие предприятия трудовыми ресурсами.

– *Для инвесторов, помимо предлагаемых им условий и гарантий, всегда важен чей-то удачный пример, положительный опыт. С представителями каких компаний вы предложили бы проконсультироваться тем, кто ещё размышляет, сомневается? Кто «плохого не посоветует», а посоветует сделать выбор в пользу Сергиева Посада?*

– В качестве примера могу привести ООО «МЕТТОЙЛ», которое реализует проект строительства завода по производству внутрискажинного оборудования для нефтегазовой отрасли. Объём заявленных инвестиций составляет 970 млн руб. Другой пример – ООО «Лидер Трейд», это производство винилового сайдинга, фасадных панелей и аксессуарных элементов к ним.

Думаю, что и другие уже действующие на территории парков предприятия расскажут только хорошее...

– Индустриальные парки сегодня – это веяние времени. В Сергиево-Посадском городском округе, насколько известно, их несколько. Они муниципальные или частные? Какими площадями располагают? Есть ли у них какой-либо конкретный профиль?

– У нас в округе пять индустриальных парков: три из них – муниципальные, два – частные. Все они объединены в группу парков «М-8» и локализованы недалеко друг от друга.

Площадь муниципального индустриального парка (МИП) «М-8» – 32,2 га. Он ориентирован на промышленное производство. В настоящее время в нём, помимо уже упоминавшихся компаний «МЕТТОЙЛ» и «Лидер Трейд», развивают свои производства и другие предприятия. Это, например, ООО «Лиситея», направление деятельности которого – изготовление ортопедических матрасов, спальных систем и аксессуаров для сна, и ООО «АТОЛЛ» – производство мебели. Объём заявленных инвестиций у первого из них – 829 млн руб., у второго – 56,5 млн руб.

Следующий МИП «М-8. Юг», площадью 32,5 га, также ориентирован на промышленное производство. В настоящее время на его территории заходит крупное предприятие – производитель строительных блоков из газобетона – ООО «КСМК-М8». Объём заявленных инвестиций – более 2 млрд руб.

И третий МИП – «М-8. Север». Его площадь – 25,3 га. В настоящее время на территории этого парка развивает производство ООО «БОНЖОРНО ГРУПП». Компания реализует проект по производству колбасных изделий. Объём инвестиций – 102 млн руб.

Теперь о частных парках. Индустриальный парк «М-8. АГРО» площадью 40 га: приоритетным направлением его деятельности является обеспечение максимально комфортных конкурентных условий для размещения пищевых производств, ориентированных на переработку, упаковку и хранение сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. Он находится под управлением специализированной компании, выполняющей в

т. ч. функции технического заказчика в интересах резидентов парка, а также реализующей проекты Build-to-suit («строительство под заказчика»). И это вовсе не полный список.

Наконец, пятый – индустриальный парк «М-8. Инновации», площадь которого составляет 53 га. Он ориентирован на производство строительных материалов, электронного оборудования, машиностроение, целлюлозно-бумажную и текстильную промышленность, а также на размещение складов. Этот парк предоставляет компаниям возможность строительства объектов промышленной недвижимости «под заказ», в соответствии с техническим заданием клиента (Build-to-suit), за полтора-два года. Он также может взять на себя заботы об оперативном получении необходимой разрешительной документации. На территории этого парка уже действуют такие крупные предприятия, как ООО «Оконная мануфактура» (бренд Kaleva) и ООО «Фототех», осуществляющее производство и монтаж противопожарного, защитного и специального остекления. Ещё один интересный пример – ООО «КЛВ ЛАБ» (бренд ThermoUp), которое производит «умный» инфракрасный обогреватель из стекла, безопасный в использовании. Это уникальная российская разработка, которая получила грант научно-технологического инновационного центра «Сколково» и признание специалистов в России и за рубежом.

– Достаточно ли в городском округе трудовых ресурсов – как по числу, так и по их образовательному уровню? Не придётся ли вместе с оборудованием привозить сотрудников?

– Администрацией округа была проведена масштабная работа с колледжами и профессиональными училищами по подготовке кадров, прохождению практики на территории предприятий. Так что сложностей с поиском высококвалифицированных сотрудников возникнуть не должно.

В марте этого года на территории двух наших колледжей прошёл III этап чемпионата «Молодые профессионалы» (WorldSkills Russia) Московской области. Среди конкурсантов были не только студенты колледжей, но и ученики школ Сергиева Посада, и эти наши школьники заняли призовые места по четырём компетенциям. Теперь ребята будут представлять Московскую область в отборочных соревнованиях на право участия в финале IX национального чемпионата «Молодые профессионалы» (WorldSkills Russia) – 2021.

Приведу ещё несколько цифр: трудовые ресурсы населения составляют

110,3 тысячи человек. Выпускников ежегодно – свыше двух тысяч человек. В округе пять вузов готовят бакалавров по 20 направлениям, восемь профессиональных колледжей обучают молодых людей 40 профессиям: от сварщика до системного администратора. Школы Сергиева Посада входят в топ-10 лучших школ Подмосковья.

– Жизнь – это не только работа. Чем привлекателен ваш городской округ для тех, кто собирается в него вложить не только свои средства, но и, может быть, годы своей жизни?

– Сергиев Посад выделяется среди главных достопримечательностей Московской области, да и всей страны. Это нечто значительно большее, чем просто красивый старинный город. Это одна из жемчужин на туристической карте России.

Наш муниципалитет располагает всеми условиями для досуга туристов и местных жителей. Здесь работают более 150 ресторанов и кафе, их них 25 – с рейтингом «4-5» по мнению TripAdvisor, и 44 современные гостиницы, из которых 12 – с рейтингом «Превосходно» по мнению Booking.com. В городском округе обустроены две современные парковые территории, 35 км организованных пешеходных зон и веломаршрутов, четыре пляжа с лодочными станциями, два верёвочных парка и крупнейший в Московской области пейнтбольный клуб.

В нашем округе на страже здоровья и долголетия жителей стоят профессионалы в области медицины и здравоохранения, здесь расположены областной центр материнства и детства, сосудистый центр, 22 частные клиники, 40 лабораторий и три оздоровительных центра, скважина минеральной воды.

Особое внимание уделяется в Сергиево-Посадском городском округе качеству современного жилья, все жилищные комплексы соответствуют мировым стандартам, в управляющих компаниях трудятся команды профессионалов, 15 загородных посёлков снабжены городскими коммуникациями.

От Москвы до Сергиева Посада – 54 км. Хорошо организовано движение общественного транспорта: на автобусе от станции метро «ВДНХ» дорога займёт 1 час 10 минут, а по железной дороге от Ярославского вокзала – час.

– Мы начали с ассоциаций, ими и завершим. Что, на ваш взгляд, должны – и будут! – вспоминать люди, услышав «Сергиев Посад» лет через пять, десять, двадцать?..

– Сергиев Посад – это место, где удобно жить, работать и зарабатывать!

There are cities with names associated with fairly clear, specific things. You hear, for example, “Tula” and imagine samovars with gingerbread, you hear “Veliky Ustyug” and think when Ded Moroz will finally calm down and let spring into our land, you hear “Klin” – you remember Tchaikovsky, you hear “Chekhov” – and you think completely not about Gorky, etc. Most people – and not only in Russia – first of all, of course, remember The Trinity Lavra of St. Sergius when they hear “Sergiyev Posad”. And most often they come to see it. But just as Tula cannot be fed with gingerbread alone, so other cities cannot live on one thing. They need to grow, develop. Residents need to work somewhere and receive a decent salary for their work. And investment is needed for development. Today we are talking about the investment attractiveness of the urban district of Sergiyev Posad with its head Mikhail TOKAREV.



“A PLACE WHERE IT'S COMFORTABLE TO LIVE, WORK, AND RAISE MONEY”

– *Mr. Tokarev, Sergiyev Posad has already won the Breakthrough of the Year Award of the Governor of the Moscow region in terms of investments attracted. What successes have allowed it to receive such an award?*

– In 2017, a huge work was carried out in the district to create a municipal industrial park M-8 that is unique for the entire Moscow region, lands on which abandoned agricultural production was located were returned to circulation, and an industrial cluster was created. To date, seven investment agreements have been concluded. The new enterprises will provide jobs for about a thousand people. The total amount of announced investment is 4.2 billion rubles. A marketing office building has been erected on the territory of the municipal park to ensure its work. In 2021, it's planned to create comfortable conditions for new enterprises, to provide them with access roads.

– *This “breakthrough” is good, but consistent, stable development is probably still better. What conditions, in your opinion, make the region and the municipality attractive to investors, what factors do they pay attention to first of all, and what is being done in Sergiyev Posad so that once they glance at it, investors do not look around?*

– The municipal industrial parks that we have created are directly managed by the district administration, which ensures a partnership between the district authorities and entrepreneurs from the very beginning of the creation of production. They are provided with all the necessary communications: gas, heat, electricity, water. It's also possible to rent a plot before the commissioning of the enterprise, which significantly reduces the initial costs.

These parks have a very advantageous location: on the one hand, they are located almost 100 meters from the M-8 Kholmogory highway, which is convenient from the point of view of logistics, and on the other, they are only seven kilometers from the city, which provides future enterprises with labor resources.

– *For investors, in addition to the conditions and guarantees offered to them, someone's successful example and positive experience are always important. With the representatives of which companies would you suggest consulting to those who are still thinking, doubting? Who “won't advise bad”, but will advise making a choice in favor of Sergiyev Posad?*

– As an example, I can cite METTOIL LLC, which is implementing a project to

build a plant for the production of downhole equipment for the oil and gas industry. The volume of announced investments is 970 million rubles. Another example is Leader Trade LLC – the production of vinyl siding, facade panels and accessories for them.

I think that other enterprises already operating on the territory of the parks will tell only good things...

– *Industrial parks today are the trend of the times. As far as we know, there are several of them in the Sergiyev Posad urban district. Are they municipal or private? What areas do they have? Do they have a specific profile?*

– We have five industrial parks in the district: three of them are municipal and two are private. All of them are united into a group of M-8 parks and are located not far from each other.

The area of the Municipal Industrial Park (MIP) M-8 is 32.2 hectares. It focuses on industrial production, in which, in addition to the already mentioned METTOIL and Leader Trade, other enterprises are developing their production facilities, for example, Lisiteya LLC. Its line of activity is the production of orthopedic mattresses, sleeping systems and accessories for sleep, and ATOLL LLC with its furniture production. The volume of the

declared investments of the first of them is 829 million rubles, the second declared 56.5 million rubles.

The next MIP is M-8. Yug, with an area of 32.5 hectares, it is also focused on industrial production. At present, a large enterprise, a manufacturer of aerated concrete building blocks, KSMK-M8 LLC, is entering its territory. The volume of declared investments is more than 2 billion rubles.

And the third MIP is M-8. Sever. Its area is 25.3 hectares. At present, BONZHORNO GROUP LLC is developing production on the territory of this park. The company is implementing a project for the production of sausages. Investment volume is 102 million rubles.

Now about private parks. There is the industrial park M-8. AGRO with an area of 40 hectares. The priority area of its activity is to ensure the most comfortable competitive conditions for the location of food production facilities focused on processing, packaging and storage of agricultural products, raw materials and foodstuffs. It is managed by a specialized company performing functions of a technical customer in the interests of the residents of the park, as well as implementing Build-to-Suite projects.

And this is not a complete list.

Finally, the fifth one is the industrial park M-8. Innovatsii, the area of which is 53 hectares. It is focused on the production of building materials, electronic equipment, mechanical engineering, pulp and paper and textile industries, as well as the placement of warehouses. This park provides companies with the opportunity to build industrial real estate "on order" in accordance with the client's specifications (build-to-suit) in one and a half to two years. It can also take care of the prompt receipt of the necessary permits. On the territory of this park, there are already such large enterprises as Okonnaya Manufaktura LLC (Kaleva brand); Fototech LLC, which carries out the production and installation of fire-prevention, protective and special glazing. Another interesting example is KLV LAB LLC (ThermoUp brand), which produces a smart infrared glass heater that is safe to use. This is a unique Russian development that received a grant from the Skolkovo Science and Technology Innovation Center and was recognized by specialists in Russia and abroad.

– Are there enough labor resources in the urban district – both in terms of the number and their professional level? Will you have to bring employees along with the equipment?

– The administration of the district carried out a large-scale work with colleges and vocational schools for training personnel, offering practice on the territory of enterprises. So, there shouldn't be any difficulties in finding highly qualified employees.

In March this year, the third stage of the Young Professionals Championship (WorldSkills Russia) of the Moscow region was held on the territory of our two colleges. There were not only college students among the contestants, but also students from schools of Sergiyev Posad, and our students won prizes in four competencies. Now the guys will represent the Moscow region in qualifying competitions for the right to participate in the final of the IX National Championship Young Professionals (WorldSkills Russia) 2021.

Let me give you a few more figures: the labor force of the population is 110.3 thousand people. There are over two thousand graduates annually. In the district, five universities train bachelors in 20 areas, eight professional colleges train young people in 40 professions – from welder to system administrator. The schools of Sergiyev Posad are included in the TOP-10 of the best schools in the Moscow region.

– Life is not only work. Is your city district attractive for those who are going to invest in it not only their own funds, but, perhaps, years of life?

– Sergiyev Posad stands out among the main attractions of the Moscow region, and the whole country. This is much more than just a beautiful old town. This is one of the gems on the tourist map of Russia.

Our municipality has all the conditions to provide leisure opportunities for tourists and local residents. There are over 150 restaurants and cafes here, 25 of which are

rated 4-5 by TripAdvisor; 44 modern hotels, of which 12 are rated Excellent by Booking.com). The city district has two modern park areas, 35 km of organized pedestrian zones and cycling routes, four well-equipped beaches with boat stations, two rope parks and the largest paintball club in the Moscow region.

In our district, professionals in the field of medicine and health care are guarding the health and longevity of residents; there is a regional center for mothers and children, a vascular center, 22 private clinics, 40 laboratories and three health centers, a well of mineral water.

Special attention is paid to the quality of modern housing in the Sergiyev Posad urban district, all housing complexes comply with international standards, teams of professionals work in management companies. 15 out-of-town villages are supplied with city communications.

It's 54 km from Moscow to Sergiyev Posad. The movement of public transport is well organized: the journey by bus from VDNKh metro station will take 1 hour and 10 minutes and an hour by rail from the Yaroslavl railway station.

– We started with associations, and we will end with them. What, in your opinion, should – and will! – remember people after hearing "Sergiyev Posad" in five, ten, twenty years?..

– Sergiyev Posad is a place where it is comfortable to live, work and raise money!

**Ambassadors of M8 industrial parks
Renat Muradaliyev, Andrey Tolstikov,
Sergey Nemchinov**





Торгово-
промышленная
палата
Российской
Федерации

BDM business
DIALOG
MEDIA

RBC

Russian Business Guide

Нюди года 2021

при поддержке
Торгово-промышленной палаты РФ

ГЕНЕРАЛЬНЫЕ ПАРТНЁРЫ:



БАНК МБА-МОСКВА

Официальные партнёры:



ХАНОЙ-МОСКВА
АПАРТ-ОТЕЛЬ
★★★★



Информационные партнёры:

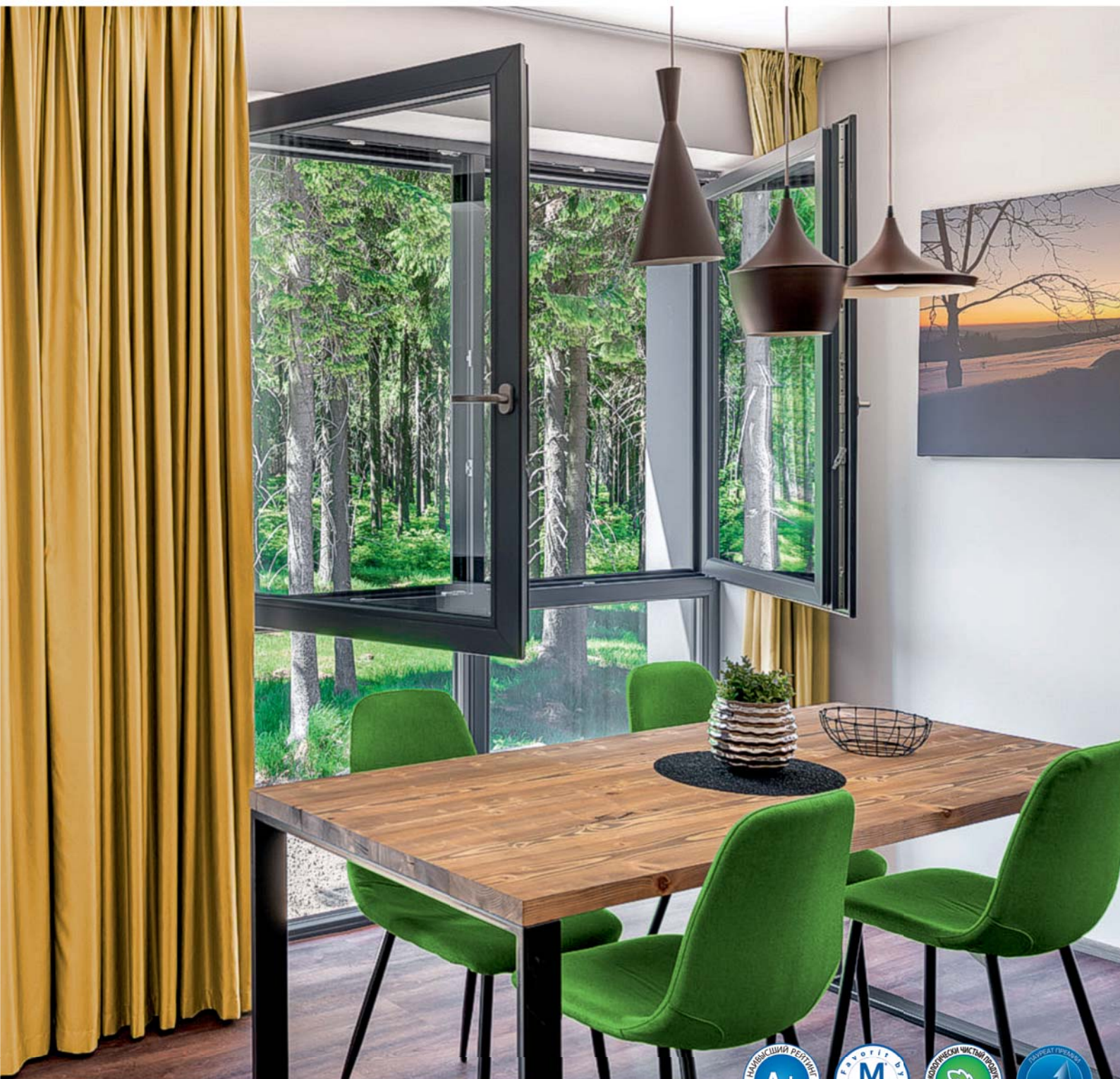


ОКОННАЯ СИСТЕМА
ОТ МЕЖДУНАРОДНОГО КОНЦЕРНА «ДЕКЕУНИНК»

ФАВОРИТ СПЭЙС

deceuninck

ВСЕ ИННОВАЦИИ В ОДНОМ ОКНЕ



www.deceuninck.ru



Мы строим надёжный дом

Энергосберегающие ОКНА НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

LIVING PLANET 2021

коллекция шоколадных подарков



* LIVING PLANET- Живая планета

Интернет магазин:
+7 (495) 739-95-95,
+7 (495) 744-71-44,
8 800 100-66-99
www.confaelshop.ru

Корпоративные заказы
по телефону:
+7 (495) 995-53-53
www.confael.ru

Телефон горячей
линии:
8 800 600-53-53

Реклама

ИП Чираев Салман Увайсович; ИНН 201008930220; ОГРНИП 317203600042486
Юридический адрес: 143405 Московская обл. г. Красногорск ул. Коммунальный квартал д.3.