

ESG

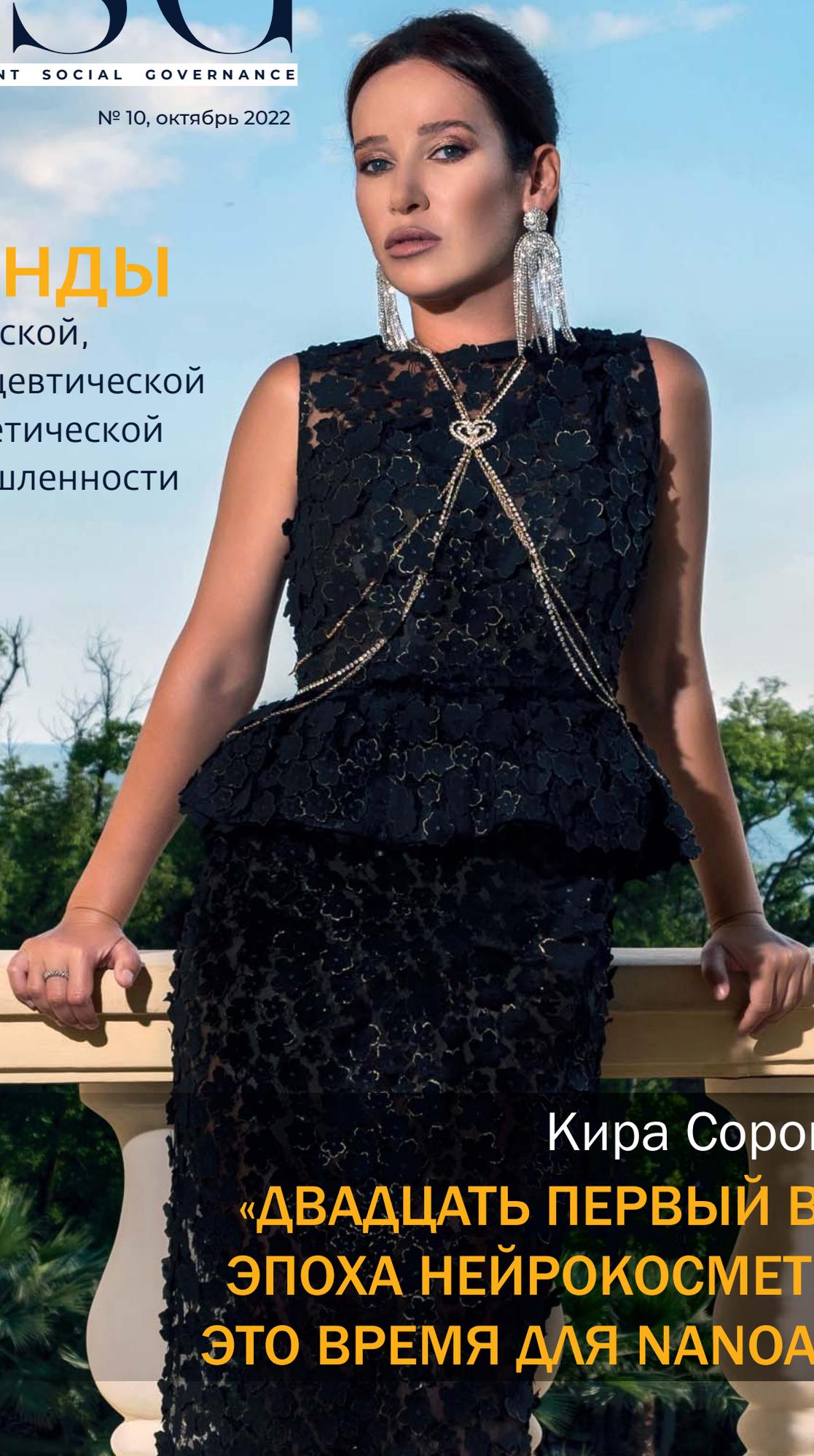
ENVIRONMENT SOCIAL GOVERNANCE

№ 10, октябрь 2022

Business DIALOG Media
RBG
Russian Business Guide

ТРЕНДЫ

химической,
фармацевтической
и косметической
промышленности



Кира Сорокина:

**«ДВАДЦАТЬ ПЕРВЫЙ ВЕК –
ЭПОХА НЕЙРОКОСМЕТИКИ,
ЭТО ВРЕМЯ ДЛЯ NANOASIA!»**

АССОЦИАЦИЯ РАЗВИТИЯ

РОССИЙСКО-ТУРЕЦКОГО
БИЗНЕС-ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ



RUSSIA

TURKEY

DIALOG

ПО ВОПРОСАМ СОТРУДНИЧЕСТВА:
agakerimov.rtd@rbgmedia.ru

ESG. Environmental, Social, Governance.

www.rbgmedia.ru

Деловое издание, рассказывающее о перспективах и реализации принципов устойчивого развития в различных отраслях экономики в России и за рубежом.

12+

Учредитель и издатель:

ООО «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА»

Редакционный совет:

Елена Мякотникова, Вадим Винокуров, Наталья Чернышова

Главный редактор: **Мария Суворовская**

Редактор номера: **Екатерина Золотарева**

Заместитель директора по коммерческим

вопросам: **Ирина Длугач**

Дизайн/вёрстка: **Александр Лобов**

Перевод: **Мария Ключко,**

Лилиана Альтапова

Отпечатано в типографии ООО «ВИВА-СТАР»,

г. Москва, ул. Электrozаводская, д. 20, стр. 3.

Материалы, отмеченные значком R или «РЕКЛАМА», публикуются на правах рекламы.

Мнение авторов не обязательно должно совпадать с мнением редакции.

Перепечатка материалов и их использование в

любой форме допускается только с разрешения

редакции издания «Бизнес-Диалог Медиа».

Рукописи не рецензируются и не возвращаются.

Адрес редакции:

143966, Московская область, г. Реутов,

ул. Победы, д. 2, пом. 1, комн. 23.

E-mail: mail@b-d-m.ru

Тел.: +7 (495) 730 55 50 (доб. 5700)

Издатель: **ООО «Бизнес-Диалог Медиа».**

Зарегистрировано Федеральной службой

по надзору в сфере связи, информационных

технологий и массовых коммуникаций.

Свидетельство о регистрации средства массовой

информации ПИ № ФС77-82384

от 3 декабря 2021 года.

ESG № 10 октябрь 2022

Дата выхода в свет: 20.10.2022

Тираж: 30000

Цена свободная.

ESG. Environmental, Social, Governance.

www.rbgmedia.ru

Business publication about on the prospects and

implementation of the principles of sustainable

development in various sectors of the economy in

Russia and abroad

12+

Founder and publisher:

BUSINESS DIALOG MEDIA LLC

Editing Group: **Elena Myakotnikova,**

Vadim Vinokurov, Natalia Chernyshova

The editor-in-chief: **Maria Suvorovskaya**

Managing Editor: **Ekaterina Zolotareva**

Deputy Marketing Director: **Irina Dlugach**

Designer: **Alexandr Lobov**

Translation: **Maria Klyuchko,**

Liliana Altapova

Printed in the printing house of VIVASTAR LLC,

Moscow, ul. Elektrozavodskaya, 20, building 3.

Materials marked R or "ADVERTISING" are published as

advertising.

The opinion of the authors does not necessarily

coincide with the editorial opinion.

Reprinting of materials and their use in any form is

allowed only with the permission of the editorial offi

ce of the publication Business-Dialog Media.

Materials are not reviewed and returned.

Address: **23-1-2 ul. Pobedi, Reutov, the Moscow**

region, 143966

e-mail: mail@b-d-m.ru tel.: +7 (495) 730 55 50,

доб. 5700

Publisher: Business-Dialog Media LLC

Registered by the Federal Service for Supervision of

Communications, Information Technology, and Mass

Media. The mass media registration certifi cate

PI # FS77- 82384 from December, 3, 2021.

ESG № 10 October 2022

Date of issue: 20.10.2022

Edition: **30000 copies**

Open price

АКТУАЛЬНАЯ ПОВЕСТКА

2

ХИМИЧЕСКАЯ ИНДУСТРИЯ АКТИВНО ВОВЛЕКАЕТСЯ В ПОВЕСТКУ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

6

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР АССОЦИАЦИИ «РОСХИМРЕАКТИВ» ИРИНА ВЕНДИЛО: «МАЛОТОННАЖНАЯ ХИМИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ»

10

ДИРЕКТОР ИНСТИТУТА ЭКОНОМИКИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ НИУ ВШЭ ЛАРИСА ПОПОВИЧ: «ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЫНОК РОССИИ – 2022: ГОСПИТАЛЬНЫЙ, ЛЬГОТНЫЙ И КОММЕРЧЕСКИЙ СЕГМЕНТЫ»

ЛИЦО С ОБЛОЖКИ

14

ОСНОВАТЕЛЬНИЦА КОМПАНИИ NANOASIA КИРА СОРОКИНА: «ДВАДЦАТЬ ПЕРВЫЙ ВЕК - ЭПОХА НЕЙРОКОСМЕТИКИ. ЭТО ВРЕМЯ ДЛЯ NANOASIA!»

РОССИЯ – ТУРЦИЯ: ГОРИЗОНТЫ СОТРУДНИЧЕСТВА

20

ЛИПЕЦК – ТУРЦИЯ: ЭФФЕКТИВНЫЙ ДИАЛОГ С ВЫСОКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ

ХИМИЧЕСКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ И ФАРМАЦЕВТИКА

26

ДИРЕКТОР ПО РАЗВИТИЮ ЭКСПОРТА «ФАРМАСИНТЕЗ» ГРИГОРИЙ ДЕМИДОВ: «ФАРМАСИНТЕЗ-НОРД»: ПО СТРАНАМ И КОНТИНЕНТАМ»

32

КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР «ФАРМТЕК» АЛЕКСАНДР ГАЛИН: «ПО ЭФФЕКТИВНОСТИ И КАЧЕСТВУ МЫ ПРЕВОСХОДИМ ЗАПАДНЫЕ АНАЛОГИ»

36

ДИРЕКТОР ИХТЦ АЛЕКСЕЙ КНЯЗЕВ: «ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ В ХИМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ – ДРАЙВЕР РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ»

40

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ТОРГОВОГО ДОМА И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ КОМПАНИИ «ФМ» ПОЛИНА ЖУРАВЛЕВА: «ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ» – МАСШТАБИРУЕМЫЙ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ СТАРТАП С ИННОВАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИЕЙ»

ИННОВАЦИОННАЯ СЕРТИФИКАЦИЯ ДЛЯ БИЗНЕСА

42

ЮРИЙ ТОРОПОВ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР АНО «НАНОСЕРТИФИКА»: «ОЦЕНКА И ПОДТВЕРЖДЕНИЕ КАЧЕСТВА, ИННОВАЦИОННОСТИ, БЕЗОПАСНОСТИ, ЭКОЛОГИЧНОСТИ И ДЕКАРБОНИЗАЦИИ»

КОСМЕТОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

44

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ООО «БЛАНШ» АНДРЕЙ БУЛАНОВ: «SOWHITE – НАИБОЛЬШЕЕ КАЧЕСТВО ЗА НАИМЕНЬШУЮ ЦЕНУ»

48

ГЛАВНЫЙ ТЕХНОЛОГ «ПРОФКОСМЕТИК» ОЛЬГА СМЫСЛОВА: «ПРОФКОСМЕТИК» – НОВАЯ СТРАНИЦА КОСМЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ»



ХИМИЧЕСКАЯ ИНДУСТРИЯ АКТИВНО ВОВЛЕКАЕТСЯ В ПОВЕСТКУ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Пандемия коронавируса стала своего рода репетицией климатической катастрофы, подтолкнув многие страны к установлению целей по декарбонизации, считает руководитель Энергетического центра ЕУ в Центральной, Восточной, Юго-Восточной Европе и Центральной Азии Ольга Белоглазова. По её словам, тренд спровоцировал большее внимание к устойчивому развитию во всех отраслях. В частности, повестка всё глубже проникает в бизнес нефтехимических компаний, их операционные процессы и стратегическое планирование.



Как отмечается в совместном исследовании Schneider Electric и проекта об устойчивом развитии «+1», «формальный подход российских компаний к устойчивому развитию (УР) сменяется интегральным», лидеры химической отрасли начали вовлекаться в повестку устойчивого развития сравнительно недавно. Например, китайская компания Sinopet выпустила первый нефинансовый отчёт в 2014-м, американская транснациональная химическая корпорация Dow – в 2015-м, SABIC из Саудовской Аравии – в 2017 году. Однако сегодня российские «СИБУР», «Уралкалий» и «ФосАгро» тоже имеют стратегии устойчивого развития и ESG-рейтинги международных агентств.

Влияние глобальных рынков, тренд на экологичность продукции и повышение потребительской осознанности, увеличение роли ESG-отчётности при заключении контрактов и присутствие на иностранных биржах – всё это находит отражение в деятельности российской химической индустрии, констатирует первый вице-президент Российского союза химиков Мария Иванова.

Стратегии устойчивого развития крупных химических компаний включают в себя такие направления, как охрана труда и промышленная безопасность, взаимодействие с персоналом, бизнес-этика и корпоративное управление, охрана окружающей среды, поддержка социально-экономического развития регионов присутствия, «устойчивый» продуктовый портфель и снижение климатического воздействия.

Химическую промышленность традиционно считают более опасной, говорит партнёр и руководитель группы по оказанию услуг в области устойчивого развития Deloitte Иван Кухнин: «В этой отрасли тщательно следят за тем, чтобы вещества не попадали в компоненты окружающей среды (почву, воду, воздух), а также за тем, какие элементы использует компания и как перерабатывает отходы».

ПОД ФЛАГОМ ДЕКАРБОНИЗАЦИИ

Внедрение принципов устойчивого развития в химической индустрии происходит по требованию регуляторов, инвесторов и клиентов, которые заин-

тересованы в «озеленении» бизнеса и раскрытии информации по углеродному следу, отмечает Ольга Белоглазова. По её словам, главными инициаторами смещения рыночной модели стали регуляторы, поставившие перед собой цель по замедлению глобального потепления. Отсутствие действий в этом направлении может стоить в масштабах планеты 30% ВВП ежегодно, а 2-3 млрд человек могут оказаться в непригодных для жизни условиях, отмечают в ЕУ.

В 2023 году ожидается введение Евросоюзом трансграничного углеродного налога, поэтому компании-экспортёры стремятся к снижению углеродного следа своей продукции. Такие химические компании, как Yara и CF Industries, разрабатывают технологии производства «зелёного» аммиака и «зелёного» водорода без выбросов CO₂ в атмосферу. В других технологических процессах химии пытаются снизить выбросы CO₂, улавливая его и применяя в производстве.

Так, компания «СИБУР» поставила перед собой цель до 2025 года сократить удельный объём выбросов парниковых газов в

сегменте газопереработки на 5% на тонну произведённой продукции, а в сегменте нефтехимии – на 15%. «В коронакризисный период многие нефтехимические компании пересмотрели свои климатические цели в сторону большей амбициозности, заявили о достижении углеродной нейтральности в долгосрочной перспективе», – комментируют тренд в компании.

ВСЁ ЦИКЛИЧНО

Важным направлением УР для химической отрасли является экономика замкнутого цикла, которую также называют «зелёной» химией. Она базируется на переработке отходов и использовании полученных материалов в качестве сырья, производстве материалов с высокой или полной степенью переработки, использовании биологического сырья для производства химической продукции, отмечается в отчёте Schneider Electric.

По мнению Ивана Кухнина, полная реновация существующих в стране производственных мощностей для перехода к «зелёному» производству потребует больших инвестиций.

«Производственные нужды для химических компаний зачастую оказываются в приоритете, поэтому абсолютные показатели негативного воздействия могут даже возрасти вне зависимости от наличия специальных программ», – отмечает в докладе Schneider Electric.

Принципы «зелёной» химии широко используются в Европе. В рамках директивы ЕС REACH установлены единые требования к регистрации, оценке и выдаче разрешений на химические вещества, а также на их соединения, которые либо производятся на территории ЕС, либо импортируются в ЕС в количестве более одной тонны в год, говорит Иван Кухнин. При этом на каждое вещество производитель обязан получить паспорт безопасности.

Кроме того, по словам Ольги Белоглазовой, с 2021 года в Европе введён сбор на одноразовый пластик в размере 800 € за тонну.

ТАКАЯ РАЗНАЯ ПЕРЕРАБОТКА

Как отмечала в своём докладе «Тенденции развития химической отрасли в 2019 году» компания PwC, для предотвращения значительных потерь выручки в сегменте производства пластиковой упаковки химическим компаниям стоит пересмотреть используемые ими виды пластика и технологические процессы.

По данным PwC, новые присадки (например, антиоксиданты) позволяют увеличить выход пластика при уменьшении объёмов исходного сырья, а также сократить отходы и выбросы CO₂. А технологии механического и химического рециклинга дают возможность перерабатывать изделия из пластика обратно в сырьё

или исходные материалы для производства. Успехов в этом направлении добились химические компании Borealis и LyondellBasell, отмечается в исследовании Schneider Electric. Концерн BASF в рамках проекта ChemCycling вместо традиционного сырья на основе нефти и газа использует пиролизное масло, полученное путём термомеханической переработки пластиковых отходов.

По словам Ольги Белоглазовой, химический рециклинг более лоялен к смешанному сырью, в отличие от массово используемого механического метода, который конвертирует в новую продукцию лишь около 20% всех отходов пластиковой упаковки. По оценкам Wood Mackenzie, при вложении в инфраструктуру химического рециклинга примерно 50 млрд \$ к 2040 году совокупный уровень переработки пластика может достичь 50% всех отходов, что приведёт к снижению спроса на нефтяное сырьё на 1,5%.

Так, «СИБУР» рассчитывает занять одну из лидирующих позиций на рынке рециклинга за счёт производства «зелёной» ПЭТ-гранулы с содержанием вторсырья. В 2020 году холдинг инвестировал около 50 млн руб. в R&D-проекты по переработке полимерных отходов и вовлечению возобновляемых источников сырья. В компании прогнозируют, что в ближайшие пять лет российский рынок рециклинга полимерных отходов может вырасти в 2-5 раз. Основная трудность, которая мешает бизнесу создавать новые производственные площадки, – отсутствие стабильного потока сырья, объясняющееся непопулярностью раздельного сбора мусора в России, считают в компании.

Unilever собирается снизить объём используемого первичного пластика на 50% к 2025 году – более чем на 100 тыс. тонн. «При этом упаковка будет состоять не менее чем на 25% из переработанного пластика и станет на 100% перерабатываемой, пригодной для повторного использования или компостирования», – добавляет менеджер по исследованиям и

разработкам компании Unilever в России, на Украине и в Белоруссии Алина Кашапова.

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ДРАЙВЕР

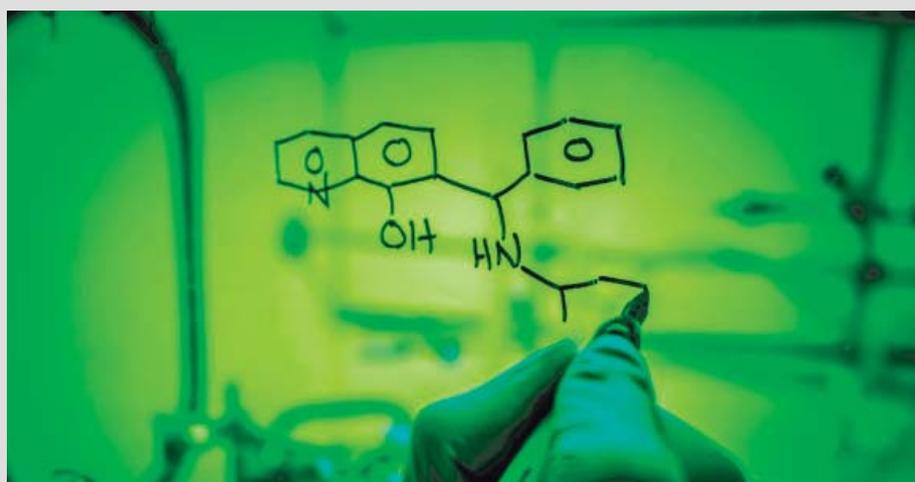
Химические и нефтехимические компании также уделяют внимание вопросам ресурсосбережения и энергоэффективности. Мария Иванова приводит в пример опыт компании «ЕвроХим», которая сумела сократить потребление воды на 11 млн кубометров в год.

Транснациональные корпорации, следуя политикам штаб-квартир, увеличивают долю потребляемой энергии из возобновляемых источников. Так, Unilever заключила договор напрямую с производителем из сферы альтернативной энергетики, что позволило компании частично сократить удельные расходы на приобретение электроэнергии. «СИБУР» поставил перед собой цель увеличить долю «зелёной» энергии в энергобалансе компании в пять раз к 2025 году.

Химическая индустрия выступает драйвером развития промышленности в целом, говорит Мария Иванова. Как отмечается в докладе PwC, химическая продукция используется в процессе получения солнечной энергии, а также при производстве новых облегчённых и удлинённых моделей лопастей из термопластика для ветрогенераторов. Применение в транспорте облегчённых материалов может улучшить характеристики топлива, а также помочь в разработке новых моделей электромобилей и электрокаров.

По данным исследования, проведённого в 2017 году Международным транспортным форумом (ITF), снижение средней массы легковых автомобилей с нынешних 1380 до 1000 кг к 2050 году может обеспечить сокращение выбросов на 40%.

Например, компании SABIC и BASF создают полимеры для замены металлических частей и снижения веса автомобилей. А компания «Нижнекамскнефтехим» объявила о начале производства сырья для так называемых «зелёных» шин.





THE CHEMICAL INDUSTRY IS ACTIVELY ENGAGED IN THE SUSTAINABILITY AGENDA

The coronavirus pandemic has become a sort of rehearsal for a climate disaster, prompting many countries to set decarbonization goals, believes Olga Beloglazova, Head of the EY Energy Center in Central, Eastern, Southeastern Europe and Central Asia. According to her, the trend provoked greater attention to sustainable development in all sectors. In particular, the agenda becomes increasingly present in the business of petrochemical companies, their operating processes and strategic planning.

As noted in a joint study by Schneider Electric and the +1 Sustainability Project, “the formal approach of Russian companies to sustainable development (SD) is being replaced by an integral one,” the leaders of the chemical industry began to get involved in the sustainability agenda relatively recently. For example, the Chinese company Sinopec issued its first non-financial report in 2014, the United States multinational chemical corporation Dow published it in 2015, and Saudi Arabia’s SABIC reported in 2017. However, today Russia’s Sibur, Uralkali and PhosAgro also have sustainability strategies and ESG ratings from international agencies.

The influence of global markets, the trend towards environmentally friendly products and increasing consumer awareness, the increased role of ESG reporting when signing contracts and the presence on foreign exchanges are all reflected in the activities of the Russian chemical industry, states First Vice President of the Russian Chemists Union Maria Ivanova.

The sustainability strategies of major chemical companies include such areas as labor protection and industrial safety, interaction with personnel, business ethics and corporate governance, environmental protection, support for socio-economic development of the regions of presence, “sustainable” product portfolio and reduction of climate impact.

The chemical industry is traditionally considered more hazardous, says Ivan

Kukhnin, Partner and Head of Deloitte’s sustainability services group: “In this industry, careful attention is paid to ensuring that the substances do not enter components of the environment (soil, water, air), as well as to the elements the company uses and the way it recycles waste.”

UNDER THE DECARBONIZATION FLAG

The introduction of sustainability principles in the chemical industry comes at the behest of regulators, investors, and customers who are interested in “greening” the business and disclosing information about the carbon footprint, notes Olga Beloglazova. As she points out, the main instigators of the shift in the market model have been regulators, who have set goals to slow global warming. Failure to act in this direction could cost the planet 30% of GDP annually, and 2 to 3 billion people could find themselves in uninhabitable conditions, says EY.

With a cross-border carbon tax expected to be introduced by the EU in 2023, exporting companies aim to reduce the carbon footprint of their products. Chemical companies such as Yara and CF Industries develop technologies to produce “green” ammonia and “green” hydrogen without releasing CO₂ into the atmosphere. In other processes, chemists attempt to reduce CO₂ emissions by capturing it and using it in production.

For example, Sibur has set itself a goal to

reduce greenhouse gas emissions per tonne of output in the gas processing segment by 5% by 2025 and to reduce emissions in the petrochemicals segment by 15%. “During the Corona crisis period, many petrochemical companies have revised their climate goals towards greater ambition and have stated that they will achieve carbon neutrality in the long term,” the company commented on the trend.

IT’S ALL ABOUT CYCLES

“Closed-loop economics, also called “green” chemistry, is an important area of SD for the chemicals industry. It is based on recycling of waste and use of the resulted materials as raw materials, production of materials with high or full degree of processing, use of biological raw materials for the production of chemical products,” notes the report of Schneider Electric.

According to Ivan Kukhnin, a complete renovation of the existing production facilities in the country to transition to “green” production will require large investments.

“Production needs of chemical companies often turn out to be the priority, so the absolute figures for negative impact may even increase regardless of the availability of special programmes,” points out the Schneider Electric report.

The principles of “green” chemistry are widely used in Europe. The EU REACH directive establishes uniform registration, evaluation and authorisation requirements for

chemicals and their compounds that are either manufactured in the EU or imported into the EU in quantities that exceed one tonne per year, says Ivan Kuhnin. At the same time, the manufacturer must obtain a safety data sheet for each substance.

In addition, according to Olga Beloglazova, a €800 per tonne levy on single-use plastics has been introduced in Europe since 2021.

THE RECYCLING IS SO DIVERSE

As PwC noted in its Chemical Industry Trends 2019 report, chemical companies should reconsider the types of plastics and processes they use to prevent significant revenue losses in the plastic packaging segment.

According to PwC, new additives, such as antioxidants, can increase plastic yields while reducing feedstock volumes, as well as reducing waste and CO₂ emissions. And mechanical and chemical recycling processes allow plastics to be recycled back into raw materials or virgin materials for manufacturing. Chemical companies Borealis and LyondellBasell have made strides in this direction – reports the Schneider Electric study. The BASF concern within the framework of ChemCycling project uses pyrolysis oil, obtained by thermo-mechanical recycling of plastic waste, instead of traditional raw materials based on oil and gas.

According to Olga Beloglazova, chemical recycling is more loyal to mixed raw materials,

in contrast to the massively used mechanical method, which converts only about 20% of all plastic packaging waste into new products. Wood Mackenzie estimates that with an estimated \$50 billion investment in chemical recycling infrastructure, cumulative plastic recycling could reach 50% of all waste by 2040, reducing demand for petroleum feedstock by 1.5%.

Thus, Sibur expects to take one of the leading positions on the recycling market through the production of “green” PET pellets containing recycled materials. In 2020, the holding invested about 50 million rubles in R&D projects for the processing of polymer waste and the involvement of renewable sources of raw materials. The company predicts that in the next five years, the Russian market for recycling polymer waste may grow two to five times. The main difficulty that prevents businesses from creating new production sites is the lack of a stable flow of raw materials, due to the unpopularity of separate waste collection in Russia, believes the company.

Unilever is going to reduce the amount of virgin plastic used by 50% by 2025 – by more than 100 thousand tons. “At the same time, the packaging will consist of at least 25% recycled plastic and will be 100% recyclable, reusable or compostable,” adds Alina Kashapova, R&D manager at Unilever in Russia, Ukraine and Belarus.

INDUSTRIAL DRIVER

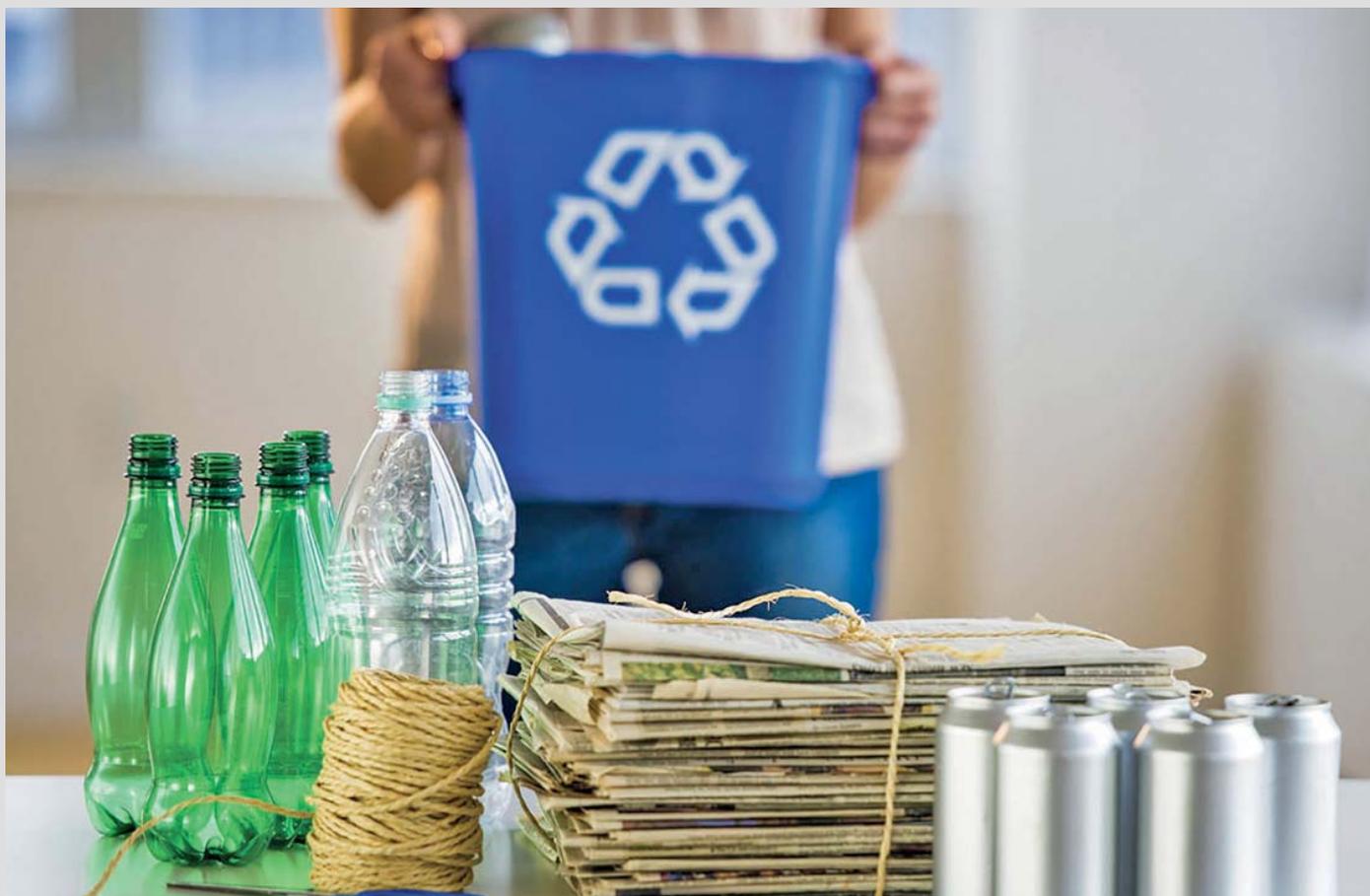
Chemical and petrochemical companies also pay attention to resource and energy efficiency. Maria Ivanova cites the experience of EuroChem, which managed to reduce water consumption by 11 million cubic metres a year.

Multinational corporations, following the policies of their headquarters, intensify the consumption of energy from renewable sources. Unilever, for example, has contracted directly with an alternative energy producer, enabling the company to partially reduce its electricity purchase costs per unit. Sibur has set a goal to increase the share of “green” energy in the company’s energy mix fivefold by 2025.

“The chemical industry is a driver of overall industry development,” says Maria Ivanova. As the PwC report notes, chemical products are used in the solar power generation process, and also in the production of new lightweight and elongated thermoplastic blade models for wind turbines. The use of lightweight materials in transport can improve fuel performance and help to develop new models of electric vehicles and electric cars.

According to the International Transport Forum’s (ITF) 2017 study, reducing the average weight of passenger cars from the current 1,380 kg to 1,000 kg by 2050 can provide a 40% reduction in emissions.

For example, SABIC and BASF produce polymers to replace metal parts and lighten the weight of cars. Nizhnekamskneftekhim announced that they have started to produce raw materials for so called “green” tyres.



МАЛОТОННАЖНАЯ ХИМИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

МИНПРОМТОРГ
РОССИИ

МИНПРОМТОРГ
РОССИИ

МИНПРОМТОРГ
РОССИИ

Химическая продукция разделяется по масштабу выпуска: крупнотоннажная химия имеет дело с объёмами свыше 150 000 тонн в год, среднетоннажная – от 10 000 до 150 000 тонн в год, а к малотоннажной химии в России принято относить продукты, которые производятся в объёмах до 10 000 тонн в год. Малотоннажная химия входит в число секторов, наиболее перспективных с точки зрения вклада в рост ВВП в силу своей наукоёмкости и глобальной конкурентоспособности.

Основными сегментами в малотоннажной химической продукции являются специальные полимеры, строительные добавки, поверхностно-активные вещества и вещества для электроники: на их долю приходится 35% мирового потребления. Эта продукция используется в машиностроении, нефтепереработке, производстве композиционных пластмасс и электроники, фармацевтике и текстильной промышленности.

Кроме того, по мнению доктора химических наук, профессора РАН Александра Мажуги, развитие малотоннажной химии лежит в основе «зелёной» химии, предполагающей практически безотходное производство.

В развитых странах на малотоннажную химию приходится более 40% от общего объёма производства, тогда как в России – не больше 10-15%, согласно данным Минпромторга. Причём по многим продуктам зависимость малотоннажной химии от импорта достигает 100%.

О перспективах развития отрасли мы беседуем с Ириной Вендило, генеральным директором Ассоциации «РОСХИМРЕАКТИВ», объединяющей разработчиков, производителей и поставщиков химической продукции, лабораторного оборудования и приборов.

– Расскажите об истории возникновения и развития Ассоциации.

– Ассоциация была создана более 20 лет назад, в 2001 году. Одним из инициаторов её создания стал учёный, эксперт в области малотоннажной и специальной химии, почётный химик Андрей Григорьевич Вендило.

В настоящее время Ассоциация насчитывает 26 членов, расположенных в пяти федеральных округах. Это научные центры, а также производители и поставщики специальных химических продуктов, малотоннажной химии, реактивов и лабораторного оборудования. Сегодня у нас в Ассоциации также есть два иностранных участника: предприятия из Казахстана и Беларуси.

– Каковы основные направления деятельности Ассоциации?

– Ассоциация участвует в конгрессах, форумах и ассамблеях, проводит конференции, круглые столы и семинары. Очень важное направление – работа по экспертной оценке аспектов функционирования государственных мер поддержки. Благодаря нашей активной деятельности мы всегда находимся в курсе последних событий отрасли, изменений в законодательстве, новых требований к системам качества и стандартизации.

Мы также постоянно расширяем диапазон наших возможностей как общественной организации для реализации интересов нашей отрасли. Например, посредством членства в более крупных общественных объединениях. Так, в состав Российского союза химиков мы входим с июня 2016 года, а я в качестве вице-президента РСХ курирую вопросы, связанные с производством малотоннажной и специальной химии, реактивов и особо чистых веществ.

Также мы участвуем в работе Российского союза промышленников и предпринимателей и бизнес-объединения «Деловая Россия». Мы находимся в постоянном контакте с профильным департаментом Минпромторга России и другими ФОИВ, принимаем участие в формировании программы крупнейшей отраслевой выставки «Химия» и выставки лабораторного оборудования «Аналитика».

Интересы отрасли из года в год меняются, например, сейчас остро стоят вопросы логистики и повышения эффективности производственных предприятий, автоматизации и цифровизации отрасли.

– Ассоциация представляет сектор малотоннажной и специальной химии. В чём именно заключается его специфика?

– Производство квалификационных реактивов и особо чистых веществ представляет собой отдельную подотрасль химии. К реактивам и другим чистым веществам традиционно предъявляются очень высокие требования, их производство дорого, а сами вещества требуются в небольших количествах. Реактивы востребованы при проведении исследований в научных и производственных лабораториях, в фармацевтике, а особо чистые вещества применяются в электронике и микроэлектронике, а также во многих других отраслях. Почему они дорогие? Для производства таких продуктов нужны особые условия: требуются сотрудники с очень высокой квалификацией, специальное оборудование, устойчивое к термическому и химическому воздействию, фильтрация воздуха, а также серьёзная водоподготовка, наличие особо чистых помещений и специальной тары. Многие предприятия-производители МСТХ имеют свои производственные лаборатории, которые обеспечивают стабильность качества продукции. Основу конкурентоспособности многих производителей МСТХ обеспечивает широта номенклатуры производимых химических продуктов, а для быстрой постановки на производство нужна серьёзная научная и технологическая поддержка.

До начала 1990-х годов в стране производили тысячи наименований химических веществ данного спектра, в современных

условиях порядок этих цифр намного меньше. Какие-то производства удалось сохранить, но по многим направлениям мы отстали, и без поддержки государства вряд ли сами предприятия смогут догнать иностранных конкурентов, какие бы задачи по импортозамещению перед ними ни ставились. Об этом мы говорим, и хорошо, что органы власти нас слышат.

– Что мешает развитию этого направления?

– Проблемы у предприятий малотоннажной химии общие. Производства эти наукоёмкие, на разработку и получение нового продукта затрачиваются значительные ресурсы: необходимо проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, а также испытаний, прежде чем внедрить продукт в производство. Это не только финансы, но и время. Кроме того, большой статьёй

затрат является сертификация и омологация продукции. К тому же создать продукт – это только половина дела. Его надо ещё и продать, и здесь работают законы рынка. Потенциальные потребители давно применяют импортный продукт, и чтобы убедить их перейти на отечественный аналог, нужно не только добиться привлекательного соотношения цены и качества, но и обеспечить сервисную поддержку. Это сложно сделать отдельно взятому малому и даже среднему предприятию, особенно если речь идёт о тысячах химических продуктов, которые остро нужны стране и высокотехнологичным отраслям промышленности в ситуации серьёзного санкционного давления и разрыва логистических цепочек.

– Чем именно государство может помочь предприятиям «малотоннажки»?

– В первую очередь можно создать условия для проведения НИОКР в форме субсидирования, затем упростить разрешительные процедуры и сократить сроки сертификации. И наконец, третье – определить преференции или льготы для потребителей, которые перейдут на



затрат являются сертификация и омологация продукции. К тому же создать продукт – это только половина дела. Его надо ещё и продать, и здесь работают законы рынка. Потенциальные потребители давно применяют импортный продукт, и чтобы убедить их перейти на отечественный аналог, нужно не только добиться привлекательного соотношения цены и качества, но и обеспечить сервисную поддержку. Это сложно сделать отдельно взятому малому и даже среднему предприятию, особенно если речь идёт о тысячах химических продуктов, которые остро нужны стране и высокотехнологичным отраслям промышленности в ситуации серьёзного санкционного давления и разрыва логистических цепочек.

– Но наверняка есть и положительные примеры вывода новых продуктов.

– Да. Например, несмотря на пандемию, сразу три новых для себя продукта презентовала в последние годы ГК «ЭКОС-1». Это метилацетат особой чистоты 9-6, яв-

ляющийся продуктом для лабораторных исследований, трис-2-этилгексилловый эфир борной кислоты, применяемый в том числе для получения стабилизаторов для резин и пластиков, и ряд продуктов для фармацевтической отрасли. Это была большая работа, особенно в том, что касается получения разрешительной документации. Однако для рывка в развитии отрасли таких продуктов должно быть не один-два в год, а минимум десятки наименований.

отечественные продукты. Сейчас многие российские компании активно ищут сотрудничества с производителями МСТХ, работают напрямую для импортозамещения конкретных зарубежных продуктов. Благодаря совместным усилиям удалось добиться некоторых позитивных сдвигов: производство реактивов и органических растворителей вошло в 2017 году в «дорожную карту» Правительства РФ по развитию малотоннажной химии до 2030 года. Сейчас формируется обновлённый вариант этой «дорожной карты», Минпромторг России готов слышать экспертное мнение представителей отечественного химкомплекса.

Также в начале 2021 года Президент РФ Владимир Путин поручил увеличить показатели производства малотоннажной и среднетоннажной химии на 30% к 2025 году и на 70% к 2030 году. К концу прошлого года правительство подготовило документ, где обозначило приоритеты и ограничения, составило список приоритетных продуктов. Поэтому мы надеемся, что отрасль будет развиваться.

Chemical production is divided up in terms of scale of output: large-tonnage chemistry deals with volumes over 150,000 tons per year, medium-tonnage chemistry – with volumes from 10,000 to 150,000 tons per year, and low-tonnage chemistry in Russia usually refers to products which are produced in volumes under 10,000 tons per year. Low-tonnage chemistry is among the most promising sectors in terms of its contribution to GDP growth due to its knowledge-intensive nature and global competitiveness.

The main segments in low-tonnage chemicals are specialty polymers, construction additives, surfactants and substances for electronics – representing 35% of global consumption. These products are used in mechanical engineering, petrochemicals, composite plastics and electronics, pharmaceuticals and textiles.

Furthermore, according to the opinion of Alexander Mazhuga, PhD in Chemistry, Professor at the Russian Academy of Sciences, development of low-tonnage chemistry is at the heart of “green” chemistry, which involves virtually zero-waste production.

In developed countries, low-tonnage chemistry accounts for over 40% of the total production volume, whereas in Russia it amounts to no more than 10-15%, according to the Ministry of Industry and Trade. Moreover, for many products, the dependence of low-tonnage chemistry on imports reaches 100%.

We talk about the prospects for the industry to Irina Vendilo, CEO of ROSKHMREACTIV, an association that brings together developers, manufacturers and suppliers of chemical products, laboratory equipment and instruments.

LOW-TONNAGE CHEMISTRY – CHALLENGES AND PROSPECTS FOR DEVELOPMENT



– *Tell us about the history of the emergence and development of the Association.*

– The Association was founded more than 20 years ago, in 2001. One of its founders was the scientist, expert in the field of low-tonnage and special chemistry, honorary chemist Andrey Grigorievich Vendilo.

Presently, the Association counts 26 members located in five federal districts. These are scientific centres, and also producers and suppliers of special chemicals, low-tonnage chemistry, reagents and laboratory equipment. Today we also have two foreign members in the Association – companies from Kazakhstan and Belarus.

– *What are the main activities of the Association?*

– The Association participates in congresses, forums and assemblies, holds conferences, round tables and seminars. A very important area is the work on the expert evaluation of aspects of the functioning of state support measures. Thanks to our active work, we are always aware of the latest developments in the industry, changes in legislation, and new requirements for quality systems and standardization.

We also continually expand the range of our opportunities as a public organization to pursue the interests of our industry. This is done, for example, through membership in larger public associations. For example, we have been a member of the Russian Union of Chemists since June 2016, and I, as Vice President of the Russian Chemists Union, oversee issues related to the production of low-tonnage and specialty chemicals, reagents and high-purity substances.

We are also involved in the work of the Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs and

the business association Business Russia. We are in constant contact with the relevant department of the Russian Ministry of Industry and Trade and other federal executive bodies, and take part in shaping the programme of the Chemistry exhibition and the Analitika exhibition of laboratory equipment.

The interests of the industry change from year to year, for example, the issues of logistics and increasing the efficiency of production facilities, automation and digitalization of the industry are now very acute.

– The association represents the low-tonnage and specialty chemistry sector. What exactly is its specificity?

– The production of qualification reagents and high-purity substances is a separate sub-sector of chemistry. Reagents and other pure substances are traditionally very demanding, expensive to produce, and required in small quantities. Reagents are in demand for research in scientific and production laboratories, in pharmaceuticals, an especially pure substances are used in electronics and microelectronics, as well as in many other industries. Why are they expensive? The production of such products requires special conditions – highly skilled employees, special equipment resistant to heat and chemical influences, air filtration, as well as intensive water treatment, the availability of very clean rooms and special containers. Many manufacturers of LTSC (low-tonnage and specialty chemistry) have their own production laboratories, which ensure the stability of product quality. The basis of competitiveness of many LTSC producers is provided by a wide range of chemical products. Serious scientific and technological support is needed to quickly put them into production.

Until the early 1990s the country produced thousands of names of chemicals of the spectrum. In modern conditions these figures are much smaller. In many areas we lag behind, and without state support it is unlikely that the enterprises themselves will be able to catch up with foreign competitors, no matter what kind of import substitution goals are set for them. We speak about it, and it is good that the authorities hear us.

– What hinders the development of this direction?

– The problems of low-tonnage chemistry companies are common. These are knowledge-intensive industries, and considerable resources are spent on developing and obtaining a new product: research and development work and tests are required before the product is put into production. This does not only cost money, but also time. Furthermore, certification and homologation of products is a major cost item. In addition, the creation of a product is only half the matter. It must also be sold, and this is where the laws of the market come into play. Potential consumers have long been using imported products, and in order to convince them to switch over to domestic counterparts, it is necessary not only to achieve an attractive price-quality ratio, but also to provide service support. This is difficult for a single small or even medium-sized enterprise, especially when it comes to thousands of chemical products, which the country and high-tech industries desperately need in the situation of serious sanctions pressure and disruption of supply chains.

– But surely there are positive examples of new products being introduced.

– Yes. For example, despite the pandemic, three new products have been presented by GC ECOS-1 in recent years. This is methyl acetate of special purity 9-6, which is a product for

laboratory researches, tris-2-ethylhexyl ester of boric acid used, in particular, to produce stabilizers for rubbers and plastics, and a number of products for the pharmaceutical industry. It has been a lot of work, especially with regard to obtaining approvals. However, for the breakthrough in the development of the industry such products should not be one or two per year, but at least dozens of items.

– What exactly can the state do to help the enterprises of the low-tonnage industry?

– First of all, to create conditions for R&D in the form of subsidies, then to facilitate licensing procedures and reduce certification time, and finally, the third is to determine preferences or benefits for consumers switching over to domestic products. Now many Russian companies actively seek cooperation with LTSC manufacturers, working directly to import substitution of specific foreign products.

Thanks to joint efforts, some positive developments have been achieved – the production of reagents and organic solvents was included in 2017 in the “roadmap” of the Russian government for the development of low-tonnage chemistry until 2030. Now an updated version of this roadmap is being formed, and the Ministry of Industry and Trade of Russia is ready to hear the expert opinion of representatives of the domestic chemical complex.

Besides, in the beginning of 2021 the President of RF Vladimir Putin set an order to increase production of low- and medium-tonnage chemistry by 30 percent by 2025 and by 70 percent by 2030. By the end of last year, the government prepared the document where it outlined the priorities, limitations, and made a list of priority products. So we hope that the industry will develop.



ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЫНОК РОССИИ – 2022:

ГОСПИТАЛЬНЫЙ, ЛьГОТНЫЙ И КОММЕРЧЕСКИЙ СЕКТОРЫ

Без современной лекарственной терапии эффективное лечение невозможно. Фармакология не стоит на месте: появляются новые группы лекарств, схемы и стандарты лечения. Качество лекарственных препаратов, их доступность и бесперебойные поставки – основополагающие принципы лекарственной безопасности на любом уровне, от национального до регионального. Какие события последнего времени стали поворотной точкой в развитии фармацевтической отрасли? Как они повлияли на систему здравоохранения в России? Наш собеседник – директор Института экономики здравоохранения НИУ ВШЭ ЛАРИСА ПОПОВИЧ.



– Весной иностранные фармацевтические компании заявили, что прекращают все клинические исследования в России. Как вы оцениваете текущую ситуацию с точки зрения доступности лекарств?

– На сегодняшний день порядка 15 зарубежных компаний отказались от дальнейшего продолжения маркетинговых акций и организации новых клинических испытаний в России. Только три иностранные компании убирают с рынка отдельные препараты: Eli Lilly не будет поставлять свой «Сиалис», BMS уходит из нашей страны, но при этом продаёт свой бизнес российским партнёрам, а AbbVie приостанавливает поставки ботокса и филлеров. Но никто из них не перестанет поставлять на наш рынок препараты перечня ЖНВЛП, потому что лекарства вне политики.

Тем не менее население в марте проявило очень высокую тревожность и запасалось лекарствами впрок. На рынке произошли серьёзные изменения в логистике, из-за задержек в поставках периодически возникал локальный дефицит тех или иных наименований. Сейчас, по заявлениям Минздрава, рынок полностью укомплектован всеми необходимыми препаратами.

Во время пандемии были приняты нормативные документы, которые позволяют ввозить в Россию незарегистрированные в стране препараты. Можно с уверенно-

стью сказать, что механизм доведения необходимого ассортимента до нужного уровня был отработан. Решение о параллельном импорте, встревожившее зарубежные компании, пока не применяется в отношении фармкомпаний в том смысле, как это воспринимается юридически, но тем не менее возможность ввоза через механизмы ЕАЭС есть.

Партнёры из Индии, Китая, Ирана и других стран готовы поставлять на российский рынок не только интермедиаты и субстанции, но и готовые лекарственные формы. Минздрав считает, что ничего катастрофического в отношении фармацевтики не произойдёт, санкции в меньшей степени затронули фармрынок, чем другие сферы.

– Между тем определённая турбулентность на рынке лекарств присутствует...

– «Доступность» – это зонтичный термин. Есть логистическая доступность, которая действительно пострадала. Есть физическая доступность: в такой стране, как Россия, доступность обеспечивается либо созданием необходимой инфраструктуры, либо мобильностью.

Есть технологическая доступность – способность страны в случае отсутствия жизненно важного препарата либо иметь технологическую возможность производить его самостоятельно, либо обеспе-

чить технологию взаимодействия с иностранным поставщиком.

Есть информационная доступность: человек должен понимать, что происходит с его организмом, когда можно самому купировать небольшое недомогание, а когда нужно бежать к врачу. Я сторонник концепции ответственного самолечения – это одно из стратегических направлений мирового здравоохранения. При этом нужно обратить внимание на определение «ответственное», оно здесь ключевое. Ответственным самолечением будет тогда, когда люди будут знать, куда именно обратиться, где получить нужную и корректную информацию о том или ином препарате. Это значит, что и врачи, и фармацевтические специалисты должны обладать исчерпывающей информацией о лекарствах, которые они рекомендуют в каждом конкретном случае. Это новый вызов для фармацевтов и новая роль для них.

Крайне важна компетентная доступность. Она подразумевает наличие профессиональных знаний у тех, кто участвует в обеспечении пациента лекарствами: это научные работники, производители, дистрибьюторы, врачи, сотрудники аптек и, конечно, компетентный организатор здравоохранения, понимающий проблемы лекарственного обращения и умеющий их решать.

Но венцом всего является экономическая доступность. Она определяется не

только для пациента, но и для государства. Страна должна иметь возможность ресурсно обеспечить всю технологическую цепочку производства препаратов у себя или найти источник финансирования тех препаратов, которые в стране не производятся. В льготном сегменте необходимо, чтобы каждый регион имел возможность закупить препараты для населения по тем ценам, которые будут справедливыми. В коммерческом сегменте важно, чтобы пациент не отказывался от лекарства из-за его высокой цены. Именно поэтому принципы ценообразования и сама политика ценообразования являются очень значимыми как для государства, так и для населения.

Наша система лекобеспечения всё же слишком эклектична. Существует несколько источников оплаты лекарств льготного сегмента, они пересекаются, дублируют друг друга. Есть разные перечни препаратов, определяющие их статус и обязательность госконтроля цен на них. Правила закупки лекарств из этих списков отличаются, так же как и правила компенсации их стоимости. Многое зависит от места получения помощи. Всё это накладывается на региональные различия в финансовом обеспечении здравоохранения. Конечно, нужно эту систему делать более стройной и понятной всем участникам. И именно в этом главная проблема. Нам необходимо стратегическое видение того, как выстраивать нашу систему лекобеспечения с учётом новых реалий нашей жизни.

– В ковидный, 2020 год появилась обязательная маркировка лекарственных средств. Насколько своевременны эти действия? Как они сказались на доступности лекарственных средств?

– Я с самого начала, когда была затеяна в таком формате система маркировки, говорила, что для того, чтобы решить ту декларируемую цель, о которой говорил Минздрав (мониторинг ситуации на рынке для предотвращения контрафакта. – Ред.), это не лучшее решение.

Да, конечно, государству необходима собственная система мониторинга движения препаратов. Она крайне важна для правильного планирования закупок и создания стратегических программ развития фармрынка. Однако, на мой взгляд, технологически схема такого рода мониторинга могла быть основана на современных инструментах цифровой среды. Это мог бы быть блокчейн, который позволял бы – без перехода на затратные изменения в производственных процессах – более простым способом проследить движение упаковки по всему жизненному циклу. Это могло бы иметь такой же эффект с точки зрения информации об обращении препаратов и точно так же

позволяло бы не допускать контрафакт. Технология, реализованная сейчас, именно эту задачу вряд ли решает полностью, слишком высока вероятность ошибки или человеческого фактора. Кроме того, после вскрытия упаковки дальнейшая судьба отдельных таблеток остаётся за пределами контроля.

Кроме того, в регионах, где неустойчивый интернет и плохая связь, фармацевты вынуждены выбегать из аптеки, чтобы поймать сигнал для получения информации из МДЛП и передачи данных, без этого они не могут отпустить лекарство пациенту. Если не внести их в систему, фармпредприятие ждёт штраф.

Информация информацией, но на кону жизнь человека. Ведь ему могут не отпустить препарат, боясь, что тот нельзя ввести в систему учёта. Хотелось бы нормальную систему мониторинга, организованную разумнее, чем она есть сейчас.

– Если посмотреть на тенденции, которые сейчас происходят на рынке, то они весьма любопытны с точки зрения дистрибуции. Это началось во времена COVID-19: когда часть препаратов стала дефицитной, Минпромторг принял решение вручную распределять их по регионам. Как вы считаете, это наше будущее или данный процесс когда-нибудь прекратится?

– К сожалению, сегодня врачи плохо представляют, какие лекарства и в каком объёме реально необходимы. В основном планирование идёт от достигнутого объёма потребления в прошлом году, плюс ещё какая-то небольшая доля. Эти данные в дальнейшем войдут в Федеральный регистр лекобеспечения, но они изначально могут быть ошибочными, потому что отсутствует понимание, насколько реальная потребность пациентов в лекарствах соответствует заплазированной. Нам необходима практика формирования формулярного перечня препаратов применительно к конкретной группе пациентов. Формуляр – это перечень лекарственных средств с дозировками и формами выпуска для конкретной группы пациентов. Его формирование должно происходить на основе клинических рекомендаций, но с учётом персонализированных особенностей пациента или группы пациентов. Такие формуляры могли бы быть сформированы, если бы мы имели нормальную базу данных об особенностях лекарственных назначений при лечении различных заболеваний в отдельных группах льготных категорий, в первую очередь имеющих льготы по социальным показаниям.

Программа льготного отпуска реализуется в течение длительного времени, в некоторых регионах есть приличные базы данных. У нас есть основа для того,

чтобы понять, какие препараты из списка, содержащего свыше 20 тыс. наименований, выписываются врачами тех или иных специальностей. Могу сказать, что, по нашим наблюдениям, максимальное количество препаратов есть в багаже неврологов (более ста), а вот у терапевтов их не больше 80. Выписывают постоянно одни и те же препараты, даже не интересуясь тем, что перечень доступных препаратов существенно шире и всё время пополняется более эффективными. Для управления было бы правильно сформировать массив препаратов, которые реально используются на практике, а потом начать управлять его изменением. На основе этого массива стало бы возможно сформировать формуляры. И начинать эту большую работу можно было бы с конкретных групп населения в конкретных медучреждениях. Однако на сегодняшний день движения к осуществлению таких сложных действий я, например, не вижу.

– Что сегодня нужно изменить в здравоохранении и фармотрасли?

– В системе здравоохранения существует такая арифметическая закономерность: 10% населения потребляют 75% всех ресурсов системы здравоохранения (причём 0,5% населения потребляет 25%), а 75% населения – менее 10% ресурсов.

Наиболее затратная группа – тяжёлые больные, которым нужны высокие технологии. Это предполагает ручное управление с абсолютной прозрачностью всех процессов, чтобы не было злоупотребления громадными ресурсами. При этом общество должно стремиться предупреждать такие заболевания. Здесь работают генетические тесты, глубинное исследование анамнеза, раннее вмешательство, индивидуальное сопровождение, профилактика травматизма и пр.

Сегмент же, потребляющий 75% ресурсов, требует кластеризации проблем, алгоритмизации решений, формирования лекарственных и/или технологических формуляров, чёткой организации процессов и активного межведомственного взаимодействия.

Основная часть населения, потребляющая лишь небольшую часть ресурсов здравоохранения, – это отдельная фокусная группа для государства, условно назовём её «здоровые». Основная задача страны – увеличивать долю этой группы, стимулируя правильное и ответственное поведение по отношению к своему здоровью.

Главное – нельзя выстраивать одну стратегию действий на всю страну. Пациентоориентированный подход, основанный на ценностях для пациента, требует более тонкой настройки системы охраны общественного благополучия и индивидуального здоровья наших граждан.



PHARMACEUTICAL MARKET IN RUSSIA 2022:

HOSPITAL, BENEFIT AND COMMERCIAL SEGMENTS

Without modern drug therapy, effective treatment is impossible. Pharmacology is constantly evolving: new groups of drugs, regimens, and treatment standards appear. The quality of drugs, their availability and uninterrupted supply are fundamental principles of drug safety at any level, from national to regional.

What recent events have been a turning point in the development of the pharmaceutical industry, and how have they affected the healthcare system in Russia?

Our interviewee is Larisa Popovich, Director of the Institute of Healthcare Economics at the National Research University Higher School of Economics.

– This spring foreign pharmaceutical companies announced that they are closing down all clinical trials in Russia. How do you assess the current situation in terms of the availability of drugs?

– As of today, about 15 foreign companies have refused to continue their marketing activities and arrange new clinical trials in Russia. Only 3 foreign companies are withdrawing certain drugs from the market. For example, Eli Lilly will not supply its Sialis, because there are many analogues. BMS is leaving our country, but selling their business to Russian partners. AbbVie is suspending supplies of Botox and fillers. Anyway, each company is trying to leave some kind of connection to the Russian market. No one of them will stop supplying drugs from the List of Vital and Essential Drugs to the domestic market, because drugs are out of politics.

Nevertheless, in March the population showed a very high level of anxiety and stocked up on medicines. There were serious changes in logistics chains in the market, local shortages of certain titles occurred from time to time due to delays in supply. Now, according to the Ministry of Health, the market is fully stocked with all the necessary medicines.

During the coronavirus pandemic, regulations were adopted that allow the importation of unregistered drugs into Russia. We can say with confidence that the

mechanism to bring the necessary assortment to the right level has been worked out. The decision on parallel imports, which has greatly alarmed foreign companies, has not yet been applied to pharmaceutical firms in the sense that it is perceived legally, but, nevertheless, the possibility of importing through the mechanisms of the Eurasian Economic Union is there.

Partners from India, China, Iran and other countries are ready to supply intermediates and substances, as well as finished dosage forms, to the Russian market. The Ministry of Health believes that nothing catastrophic will happen with regard to pharmaceuticals, and sanctions are less likely to affect the pharmaceutical market than other areas.

– Meanwhile, there are some difficulties in the drug market.

– The term “accessibility” is an umbrella term: if you decompose it into its components, you see completely different elements. There is logistical accessibility, which has really suffered. There is physical accessibility: in a country like Russia, accessibility is ensured by creating either the necessary infrastructure or mobility.

There is technological accessibility – the ability of the country, in the absence of a life-saving drug, either to have the technological capability to produce it, or to provide the technology to interact with a foreign supplier.

There is information accessibility: a person has to understand what is happening to his or her body, and when it is possible to treat a minor ailment by him or herself, and when it is necessary to see a doctor. I am a supporter of the concept of responsible self-medication, which is one of the strategic directions of global health care. We need to pay attention to the definition of “responsible” – it is the key word here. Self-medication will be responsible when people know exactly where to go, where to get the right and correct information about this or that medicine. This means that both doctors and pharmaceutical specialists must have comprehensive information about the medications they recommend in each specific case. This is a new challenge for pharmacists and a new role for them.

Competency-based accessibility is critical. It implies the professional knowledge of those involved in providing medications to the patient: scientists, manufacturers, distributors, physicians, and pharmacy staff. And, of course, a competent health care organizer who understands the problems of drug circulation and knows how to solve them.

But the most important thing is economic accessibility. It is determined not only for the patient, but also for the state. The country must be able to provide resources for the whole chain of manufacturing drugs, or find a source to finance drugs that are not produced in the country. In the beneficiary

segment it is necessary for each region to be able to purchase drugs for the population at prices that are fair. In the commercial segment it is important that the patient does not refuse a drug because of its high price. That is why the principles of pricing and its very policy are very important not only for the state, but also for the population.

Our system of drug provision today is still too eclectic. There are several sources of payment for drugs in the subsidized segment, they overlap and duplicate each other. There are different lists of drugs, determining their status and obligation of state control of their prices. The rules for purchasing drugs from these lists are different, as are the rules for reimbursing their cost. There are many things that depend on the place where the aid is received. All this is imposed on regional differences in the financial provision of health care. Of course, we need to make this system more structured and understandable to all participants. And this is the main problem, which, in my opinion, is more serious than worries about individual participants leaving the market. We need a strategic vision of how to build our drug supply system. Of course, taking into account the new realities of our lives.

– In 2020 (the beginning of the COVID), we had mandatory labeling of medicines. What do you think, the actions that have taken place in the market, as part of digitalization, how justified and timely are they, and how have they affected the availability of medicines?

– From the very beginning, when this format of the labeling system was being formed, I said that in order to achieve the goal that the Ministry of Health was talking about (monitoring of the market to prevent counterfeiting), it was not the best solution.

Yes, of course the government needs its own system to monitor the movement of drugs on the market. It is extremely important for proper planning of purchases and creation of strategic programs for development of the pharmaceutical market. However, in my opinion, technologically, a scheme of this kind of monitoring could be based on modern tools of the digital environment. It could have been blockchain, which would have allowed, without going through the costly changes in production processes that were required to implement a single, complex code, to track the movement of packaging through the entire lifecycle in a simpler way. This would have exactly the same effect in terms of information about the circulation of drugs, and it would address the second goal of eliminating counterfeit drugs in exactly the same way. The technology that has been implemented now does not solve this problem completely: the probability of error or human error is too high. In addition, after opening the package,

the future of individual pills is out of control.

In addition, in regions where the Internet is unstable and communication is poor, pharmacists have to run out of the pharmacy on the hill to catch the signal of receiving and transmitting information from the Drug Movement Monitoring System, without that they can not dispense drugs to the patient. If the data is not entered into the system, the pharmacy will be fined.

The customer may not be able to sell the drug for fear that it cannot be entered into the system. I would like to have a normal monitoring system, organized more intelligently than it is now, in order to prevent such things.

– If you look at the trends on the market right now, they are very interesting (in terms of distribution). It started in the days of COVID-19, when some drugs became scarce, then the Ministry of Industry and Trade decided to distribute these drugs manually to the regions. Do you think this is our future, or will this process ever stop?

– Unfortunately, today doctors have a poor understanding of what drugs and how much of them are really needed. Basically, planning is based on the achieved consumption in the previous year, plus some small percentage. In the future, these data will be included in the federal register of drug provision, but they may be wrong from the start, because there is no understanding of how the real need of patients for drugs corresponds to the planned one. We need the practice of compiling a formulary list of medications for a specific group of patients. A formulary is a list of medications with dosages and forms of release for a specific group of patients. Its formation should be based on clinical guidelines, but taking into account the personalized characteristics of



a patient or group of patients. Such formulas could have been formed if we had a normal database of the specifics of drug prescriptions for the treatment of various diseases in certain groups of privileged categories, primarily those with social benefits.

The subsidized drug program has been going on for a long time, and some regions have decent databases. We have a basis for understanding which drugs from the list of more than 20,000 titles are prescribed by doctors of various specialties. I can say that according to our observations, neurologists have the maximum number of drugs in their luggage (over a hundred), but the therapists have no more than 80. They always prescribe the same drugs, without even caring about the fact that the list of available drugs is significantly wider and is constantly being updated with more effective ones. The right thing to do would be to form an array of drugs that are actually used in practice, and then start managing its changes. Formularies could be created on the basis of this array. And this great work could begin with specific populations in specific medical institutions. However, to this day, for example, I do not see any movement toward such complex actions.

– What needs to change in health care and the pharmaceutical industry today?

– There is an arithmetic pattern in health care: 10% of the population consumes 75% of all health care resources (with half a percent of the population consuming 25%), and 75% of the population consumes less than 10% of the resources.

The most costly group are the seriously ill, who need high technology. This implies manual management with absolute transparency of all processes to avoid misuse of these resources. At the same time, society should strive to prevent situations that fall into this category. This is where genetic tests, in-depth medical history, early intervention, individualized support, trauma prevention, etc. work.

The segment, which consumes 75% of resources, requires clustering of problems, algorithmization of solutions, formation of drug and/or technology formularies, clear organization of processes and active interdepartmental interaction.

The main part of the population, which consumes only a small part of health care resources, is a separate focus group for the state, let's call it conditionally "the healthy". The main task of the country with regard to this group is to increase its share in the population, stimulating correct and responsible behavior towards their health.

The main thing is that it is impossible to build one strategy of action for the whole country. A patient-centered approach requires a more fine-tuned system for protecting the public welfare and individual health of our citizens.

«ДВАДЦАТЬ ПЕРВЫЙ ВЕК – ЭПОХА НЕЙРОКОСМЕТИКИ, ЭТО ВРЕМЯ ДЛЯ NANOASIA!»

НanoAsia – молодой, востребованный бренд эксклюзивной уходовой косметики для профессионального и домашнего использования. Линейка косметических средств разработана в лучших южнокорейских лабораториях, на родине современных инновационных технологий, создающих уникальные формулы красоты и молодости на основе натуральных компонентов.

За семь лет работы компания NanoAsia покорила сердца сотен тысяч женщин в России и за рубежом. Косметические средства по свойствам не просто не уступают инъекционным препаратам, но и полностью заменяют их, делая процесс ухода за кожей эффективным, приятным и безболезненным. Известные медиальности, ведущие и артисты страны охотно отдают предпочтение средствам NanoAsia, пользуются ими и искренне рекомендуют. Об истории и развитии проекта, судьбе его владелицы, жизненных перипетиях, а также творческих проявлениях бизнес-леди и основательницы компании Киры Сорокиной мы узнали из первых уст.

– Кира, расскажите, как за несколько лет вам удалось занять лидирующую позицию на рынке среди косметологических компаний? Раскройте секрет своего профессионального и коммерческого успеха.

– Тема молодости и красоты давно является предметом моего личного и профессионального интереса. Свой путь в мире косметики я начала в 2005 году: на протяжении нескольких лет активно занималась продвижением косметических



брендов – это были продукты японских, американских, израильских и корейских косметических компаний. В процессе сотрудничества с партнёрами всё чаще стала замечать недостатки в качестве продукции, бизнес-процессах, маркетинге. В 2015 году решила стать независимой путём создания собственных косметических средств, которые бы соответствовали всем необходимым требованиям и вызывали гордость. Так появился мой персональный косметический бренд NanoAsia.

Главной целью проекта было создать свежую и результативную линейку. Для этого я объединила в своих продуктах многие передовые технологии, благодаря которым наши средства по эффективности равны профессиональному уходу, но без болезненных процедур и уколов. Многие из данных методик не используются даже крупными компаниями, потому что процесс изготовления косметики становится достаточно дорогим, трудоёмким и требующим постоянного внимания.

Что касается секрета успеха, то он – в труде. Бизнес предполагает занятость 24/7, ведь невозможно стать успешным, лёжа на диване. Считаю, что предприниматель должен работать с полной отдачей, любовью и доверием к миру. Если работа приносит ему радость, то, соответственно, она наполняет его энергией и вдохновляет на новые свершения.

Ещё один мой основной принцип – идти своей дорогой. Я создаю продукты, опираясь на собственные идеи, и никогда никого не копирую. Не слежу за тем, что делают конкуренты, а направляю все силы на личный результат, наверное, поэтому у меня получается оправдывать доверие клиентов.

– Известно, что корейская косметика считается одной из самых инновационных в мире. Насколько сложно вам было выстроить сотрудничество с иностранными лабораториями для старта производства собственной линейки косметики? Расскажите о том, как вы начинали этот бизнес.

– Впервые я побывала в Корее в 2011 году, тогда же посетила несколько крупных фабрик и заводов по производству косметики. Поездка оставила сильное впечатление, больше всего меня поразила способность корейцев соединять противоположные вещи: древние сакральные знания и передовые уникальные технологии. А ещё я не знаю другой страны, где с таким вниманием и благодарностью на государственном уровне поощряют исследования и развитие научной деятельности. Также нельзя не упомянуть дисциплинированность, работоспособность и порядочность корейцев при ведении бизнеса.

Когда я создавала NanoAsia, первыми в списке партнёров были лаборатории, с которыми у меня уже были налажены связи и дружеские отношения. Это сыграло ключевую роль. А далее меня ждали кропотливая работа, часы переговоров, множество визитов в самые серьёзные лаборатории, имеющие уникальные патенты. Я потратила уйму времени на объяснения, что их передовые разработки и технологии будут иметь огромную популярность в России и Европе. Диалог строился не просто: никто не хотел работать с маленькой и никому не известной компанией. Думаю, что к цели меня привели моя неуклонная вера в успех и настойчивость.

– Какие уходовые средства предлагает компания NanoAsia? Каков ассортимент косметологической линейки?

– Мы производим профессиональную и домашнюю линейки. В профессиональную косметику входят сыворотки на основе пептидов, маски, препараты для роста волос и средства для обновления кожи

с наноиглами. Главный плюс профессиональной линейки – быстрый видимый эффект без боли и периода реабилитации. Все процедуры комфортны и занимают не больше часа. Такой результат стал возможным благодаря использованию в производстве самых передовых нано- и биотехнологий. Домашняя линейка не отстает от профессиональной по качеству и эффективности. В её состав входят уникальные ингредиенты: пептиды, аминокислоты и фитостоловые растительные клетки. Обе линейки NanoAsia – это нейрокосметика. Она работает по принципу биорегуляции, то есть подстраивается под индивидуальные потребности кожи и восстанавливает работу всего организма.

– Вы достигли абсолютного прорыва в области профессиональной безинъекционной косметологии! Особенно интересным представляются инструменты для домашнего ухода за кожей. Расскажите нашим читательницам, что такое портативный домашний аппарат NanoAsia-2? Насколько он прост и безопасен в обращении?

– Наши аппараты нужны для нанесения нанопептидных сывороток, которые напыляются под давлением и проникают в глубокие слои кожи благодаря очень маленькому размеру молекул. Аппарат создаёт необходимое давление и помогает распределить сыворотку равномерно и экономично. Пользоваться таким прибором очень просто и безопасно, а собрать его можно за пару минут. Благодаря маленькому размеру и переносной сумке в комплекте «собственный салон на дому» может быть всегда под рукой: на отдыхе или в деловой поездке.

– Помимо того, что компания NanoAsia – производитель, она ещё и интересный партнёр. Вы оказываете большую поддержку профессиональному сообществу косметологов: проводите обучение специалистов в собственном учебном центре. Расскажите об этой работе.

– Мы ввели на рынок новые технологии омоложения и получили пять патентов на собственные разработки:

- способ безинъекционной мезотерапии кожи с помощью барофореза;
- компрессор косметологический;
- пенка для умывания;
- тоник для ухода за кожей;
- маска для кожи и мышц лица.

Мы не просто рассказываем, как правильно наносить сыворотки и кремы, а обучаем абсолютно новым методикам, которые до нас никто не использовал. Обучение специалистов проходит на регулярной основе. Сейчас это онлайн- и офлайн-форматы, которые проходят несколько раз в неделю. После обуче-

ния специалисты получают сертификаты о том, что они изучили курс и могут применять методики NanoAsia в работе. В планах школы – большое расширение: мы хотим выдавать дипломы о повышении квалификации врачей-косметологов. Для решения этой задачи сейчас работает целая команда из методистов и врачей высшей категории.

– NanoAsia – динамично развивающаяся компания, продукция которой быстро обрела популярность. Кто из известных личностей использует и рекомендует косметические средства вашего производства сегодня?

– Отзывы успешных людей (бизнесменов, актёров, звёзд шоу-бизнеса) – отдельный повод для гордости за свой продукт. Эти люди могут позволить себе любые средства, но, перепробовав множество, многие из них выбирают именно NanoAsia. Часто во время мероприятий они подходят ко мне и делятся впечатлениями. Многие удивляются, почему более дорогие и раскрученные продукты работают не так эффективно, как мой вполне доступный по цене бренд. Сейчас таких людей очень много. Но одними из первых меня поддержали Эвелина Блёданс, Анфиса Чехова, Жанна Бадоева и Лера Кудрявцева. Наше знакомство переросло в дружбу и совместный бизнес. В домашней линейке есть средства, созданные при участии Эвелины и Анфисы – кремы NanoAsia Eva и NanoAsia My Che. Я была поражена силой и красотой этих женщин, поэтому вдохновилась на создание продуктов под их именами.

– Сказались ли на вашем бизнесе последние внешнеполитические события? Какой у вас сегодня настрой?

– Слава богу, пока что ещё внешнеполитическая обстановка не сказалась на отношениях с Южной Кореей. Косметика и технологии этой страны дарят тысячам людей красоту и здоровье, поэтому я надеюсь, что наши страны и дальше будут сотрудничать в этом направлении. Конечно, на фоне закрытия границ другими странами мы рассматриваем возможность производства в России: уже общаемся с самыми ведущими лабораториями в этой области и с несколькими заводами. Часть этих заводов производит косметику, а часть – косметические экстракты. Мы поддерживаем связь, ведём переговоры. Возможно, скоро под другим брендом выйдет линейка косметики, произведённая в России.

– Кира, вы профессионал и новатор в области косметологии, публичная личность, популярный блогер. Изучая ваш профиль в социальной сети, можно отметить то, как вы откры-



то делитесь со своей аудиторией как победами, так и личными драмами, выражая свои переживания не только в прозе, но и в стихах. Поэзия всегда была вам близка? Что послужило для вас толчком к раскрытию творческого потенциала?

– Бывает состояние, когда хочется поделиться с людьми важными для меня мыслями. В этот момент я ощущаю, что мысль будто прорывается через меня. Часто это чувство приходит ко мне в перелётах. Тогда я открываю блокнот в телефоне и просто не успеваю записывать: фразы ложатся сами собой. Излагать свои мысли через стихи необычно, но это легко для восприятия и понимания окружающими. Да, я не профессиональный поэт, но именно такой подход выбрала, чтобы прямо и понятно доносить смысл волнующих меня тем.

– Последние негативные события, связанные с разводом, натолкнули вас на мысль о создании некоего клуба для поддержки женщин, переживших предательство со стороны близкого человека. Скажите, почему для вас важно помочь? Каким вы видите данный проект?

– Предательство бывает разным. В моём случае это не была измена или обман. Я сама приняла решение расстаться с этим человеком. В какой-то момент супруг перестал меня слышать, накопилось

столько невысказанного и нерешённого, так что жить вместе с этим человеком стало для меня невозможным. Я на протяжении долгого времени старалась сохранить дружеские, партнёрские отношения, ведь мы прожили вместе 19 лет, у нас трое детей, совместный бизнес. Рассчитывала на разумный исход ситуации, на мудрость партнёра, но, к сожалению, мой бывший супруг тяжело воспринял наш разрыв, и его предательство носило финансовый характер. Поняв, что не сможет сохранить наш брак, он решил разрушить до основания всё, включая компанию. С его стороны начались шантаж и манипуляции: он присвоил часть активов компании, препятствовал её нормальной работе, удерживал товар. Он пользовался тем, что компания была создана в браке, хотя полностью принадлежала мне и была делом всей моей жизни. На спасение своего бренда я потратила огромные усилия. Приходилось обращаться в полицию для защиты своих прав и интересов. Самым тяжёлым были непредсказуемость и нелогичность его действий. В результате я сумела пережить этот сложный период, хоть и много выстрадала. Поэтому теперь вижу одной из своих миссий организацию клуба для женщин, оказавшихся в похожей ситуации. Считаю необходимым открыть им глаза, дать силу, уверенность и возможности противостоять такому обращению с собой. Это будет место, где женщины смогут поделиться своей историей, получить совет и поддержку. После реабилитации каждая из них поверит в себя, сможет защитить свои интересы и начнёт новую жизнь.

– Можно ли сказать, что жизнь после завершения долгих отношений делится на до и после? Какой совет вы могли бы дать женщинам, переживающим болезненный развод? Как обрести радость свободы и заново полюбить себя?

– Кажется, что после этих долгих отношений я родилась заново, получив возможность прожить новую жизнь в новых отношениях. Рядом со мной по-прежнему мои дети и самые близкие люди, они сопровождают и поддерживают меня. Убеждена, что старые истории теряют вес на фоне новых гармоничных отношений.

Мой совет таков: если человек не в силах отпустить болезненные отношения, он должен переболеть ими до конца. Не бежать от боли, а впустить её в себя, выплакать всё, что накопилось, посвятив этому 1-2 дня. После этого боль растворится, а человек получит силы и энергию для изменения своей жизни. Дальше необходимо просто заняться тем, что нравится и вдохновляет. Общаться с разными интересными людьми, посещать красивые места, наполняться энергией. Не стоит цепляться за прошлое, его нужно

оставлять, тогда вселенная даст новую любовь и новую достойную жизнь.

– Расскажите о ваших сыновьях: чем они занимаются? Как вас поддерживают? Хотят ли стать частью команды NanoAsia в будущем?

– Для меня нет ничего важнее моих детей, они – продолжение меня, моя мотивация, чтобы двигаться вперёд и становиться лучше. Они занимаются спортом и творчеством: младший играет в теннис, планирует заняться боксом, плаванием и прыжками в воду, средний любит скульптуру, старший сын уже продолжает бизнес NanoAsia, он активно помогает в развитии компании. Я считаю, что каждый из них в будущем сможет найти себя в моей компании, потому что она объёмная и даёт разные возможности для развития и реализации.

– Хотелось бы услышать о ваших перспективных профессиональных и творческих планах: о чём вы мечтаете, к чему стремитесь?

– На данный момент я довольна тем, как с каждым годом растёт моё дело: отзывы тысяч покупателей подтверждают полезность продуктов NanoAsia. Люди часто благодарят меня и пишут, что их жизнь разделена на до применения NanoAsia и после. С точки зрения развития производства планирую расширение: хочу создать ещё несколько брендов, которые войдут в состав компании. Для этого придётся искать самые передовые методики и технологии для сохранения молодости и красоты.

В творческих планах – издание книги: работаю над созданием сборника стихов. Это будет некий инструмент для восприятия и понимания сакральных знаний о мире. Надеюсь издать свой сборник в течение этого года.

Ещё я с детства интересуюсь модой и дизайном. Возможно, этот интерес перерастёт в создание собственного дома моды. Для меня важно работать на благо людей, сопутствовать их развитию, в первую очередь – женщин. Я хочу дарить им чувство уверенности в себе, достигаемое путём преображения.

Также для меня важна тема взаимоотношений, именно поэтому я мечтаю в глобальном смысле повлиять на современный взгляд молодых людей на брак. Мечтаю научить их ответственности, взаимоуважению, терпению, мудрости. Уверена, что тогда крепких и гармоничных пар станет намного больше. Это сделает наше общество сильным и устойчивым. Надеюсь, что в будущем мои дети и всё наше новое поколение будут жить в правильных традициях и с верными жизненными устоями.

Беседовала Дарья Бакарина

“THE TWENTY-FIRST CENTURY IS THE AGE OF NEUROCOSMETICS, IT'S TIME FOR NANOASIA!”

NanoAsia is a young and popular brand of exclusive beauty products for professional and home use. The line of cosmetic products is developed in the best laboratories in South Korea, the home of modern innovative technologies which create unique beauty and youthfulness formulas based on natural ingredients.

For seven years, NanoAsia has won the hearts of hundreds of thousands of women in Russia and abroad. Its cosmetic products are not just as effective as injectable medications, but can even replace them, making skin care routine effective, enjoyable and painless. Well-known media personalities, presenters and artists of the country willingly give preference to NanoAsia products, use them and heartily recommend them. We learned about the history and development of the project, the fate of its owner, life twists and turns, as well as the creative manifestations of the businesswoman and founder of the company Kira Sorokina from first-hand accounts.



– *Kira, tell us how in a few years you managed to take a leading position on the market among cosmetology companies? Tell us the secret of your professional and commercial success.*

– The topic of youth and beauty has long been a subject of my personal and professional interest. I started my career in the world of cosmetics in 2005: for several years I actively promoted cosmetic brands: these were products of Japanese, American, Israeli and Korean cosmetic companies. In the process of cooperation with partners I increasingly began to notice shortcomings in product quality, business processes and marketing. In 2015, I decided to become independent by creating my own beauty products, which would meet all the necessary requirements and cause pride. So my personal cosmetics brand NanoAsia appeared. The main goal of

the project was to create a fresh and effective line. To do this, I combined many advanced technologies in my products, thanks to which our products are as effective as professional care, but without painful procedures and injections. Many of these techniques are not even used by large companies, because the process of making cosmetics becomes quite expensive, time consuming and requires constant attention.

As for the secret of success, it is in the work. Business means being busy 24/7, because it is impossible to become successful while lying on the couch. I believe that an entrepreneur should work with full dedication, love and trust in the world. If work brings him joy, then, accordingly, it fills him with energy and inspires him to new achievements.

Another of my main principles is to go my own way. I create products based on my own

ideas, and I never copy anyone else. I don't follow what competitors are doing, but direct all my efforts to my personal result, which is probably why I manage to justify the trust of my clients.

– Korean cosmetics is known to be one of the most innovative in the world. How difficult was it for you to build cooperation with foreign laboratories to start producing your own line of cosmetics? Tell us about how you started this business.

– I first went to Korea in 2011, then I visited several large cosmetics factories and plants. The trip left a strong impression, most of all I was struck by the ability of Koreans to combine opposite things: ancient sacred knowledge and advanced unique technology. I do not know any other country where such attention and gratitude at the state level encourage research and development of scientific activity. It is also impossible not to mention the discipline, efficiency, and integrity of Koreans in doing business.

When I created NanoAsia, the first on the list of partners were laboratories with which I already had established relationships and friendships. This played a key role. And then there was painstaking work, hours of negotiations, many visits to the most serious laboratories with unique patents. I spent a lot of time explaining that their advanced developments and technologies would be very popular in Russia and Europe. The dialogue was not easy: no one wanted to work with a small, unknown company. I think it was my unwavering belief in success and persistence that led me to my goal.

– What cosmetic products does NanoAsia offer? What is the range of cosmetic products?

– We produce professional and home ranges. Professional cosmetics include peptide-based serums, masks, hair growth products and skin renewal products with nano-needles. The main advantage of the professional line is quick visible effect without pain and rehabilitation period. All procedures are comfortable and take no more than an hour. This result is possible due to the use of the most advanced nano- and bio-technologies. Home lineup is of the same quality and effectiveness as the professional lineup. Its composition includes unique ingredients: peptides, amino acids and phyto stem cells. Both NanoAsia lines are neurocosmetics. It works on the principle of bioregulation, that is, it adapts to the individual needs of the skin and restores the work of the entire body.

– You have achieved an absolute breakthrough in the field of professional injection-free cosmetology! Especially interesting are the instruments for home skin care. Tell our readers: what is the NanoAsia-2

portable home device? How easy and safe is it to use?

– Our machines are needed to apply nano-peptide serums, which are sprayed under pressure and penetrate deep into the skin due to the very small size of the molecules. The apparatus creates the necessary pressure and helps to distribute the serum evenly and economically. This device is very easy and safe to use, and you can assemble it in a couple of minutes. Thanks to its small size and the carrying bag included, the “own salon at home” can always be at hand: on vacation or on a business trip.

– In addition to being a manufacturer, NanoAsia is also an interesting and helpful partner. You are a great support to the professional community of cosmetologists: you train specialists in your own training center. Tell us about this work.

– We have introduced new rejuvenation technologies to the market and received 5 patents for our own developments:

- a method of injection-free skin mesotherapy with barophoresis;
- cosmetological compressor;
- foam for washing;
- skin care tonic;
- mask for skin and facial muscles.

We don't just tell you how to apply serums and creams correctly; we teach completely new techniques that no one has used before. Training of specialists takes place on a regular basis. Now these are online and offline formats that take place several times a week. After the training, the specialists get certificates that they have studied the course and can apply NanoAsia methods in their work. There are big plans for expansion: we want to issue certificates of advanced training for cosmetologists. A whole team of methodologists and doctors of the highest category are now working on this task.

– NanoAsia is a dynamically developing company whose products have quickly gained popularity. Which celebrities use and recommend your cosmetics today?

– Testimonials from successful people: businessmen, actors, showbiz stars – a separate reason to be proud of their product. These people can afford any products, but after trying many, many of them choose NanoAsia. Often during events they come up to me and share their impressions. Many people wonder why more expensive and promoted products do not work as effectively as my quite affordable brand. Now there are a lot of such people. But some of the first people to support me were Evelina Bledans, Anfisa Chekhova, Zhanna Badoeva and Lera Kudryavtseva. Our acquaintance grew into friendship and joint business. The home line includes products created with Evelina and Anfisa's participation – NanoAsia Eva and NanoAsia My Che creams. I was struck by the strength

and beauty of these women, so I was inspired to create products under their names.

– Have recent foreign policy events had an impact on your business? What is your mood today?

– Thank God the foreign policy situation has not yet affected relations with South Korea. This country's cosmetics and technology give thousands of people beauty and health, so I hope that our countries will continue to cooperate in this area. Of course, against the background of other countries closing their borders, we are considering the possibility of production in Russia: we are already communicating with the leading laboratories in this area and with several factories. Some of these plants produce cosmetics, and some produce cosmetic extracts. We are in touch with each other, we are in negotiations. Perhaps soon a line of cosmetics produced in Russia will come out under another brand.

– Kira, you are a professional and innovator in the field of cosmetology, a public personality, and a popular blogger. Studying your social media profile, you can see how you openly share both triumphs and personal dramas with your audience, expressing your experiences not only in prose, but also in verse. Has poetry always been close to you? What was the impetus for you to discover your creative potential?

– There are times when I want to share with people the thoughts that are important to me. At that moment I feel as if a thought is bursting through me. Often this feeling comes to me on a flight. Then I open my notebook on the phone and just do not have time to write down: the phrases come to them by themselves. To express my thoughts through poems is unusual, but it is easy to perceive and understand by others. Yes, I am not a professional poet, but this is the approach I have chosen in order to convey the meaning of the topics that concern me directly and clearly.

– The recent negative events associated with divorce have led you to the idea of creating a club to support women who have experienced betrayal by someone close to them. Tell me: why is it important for you to help? How do you see this project?

– Betrayal comes in many forms. In my case it was not treason or deception. I made my own decision to part with this man. At some point my spouse stopped hearing me, there were so many unspoken and unresolved things that it became impossible for me to live together with this man. For a long time I tried to keep friendly and partner relations, because we had lived together for 19 years and we had three children and a business together. I counted on the sensible outcome of the situation, on the wisdom of my partner, but, unfortunately, my ex-spouse took our separation hard, and his betrayal was

financial. Realizing that he could not save our marriage, he decided to destroy everything to the ground, including the company. He started blackmailing and manipulating us: he appropriated some of the company's assets, prevented it from operating properly, and withheld goods. He took advantage of the fact that the company was created in the marriage, although it belonged to me completely and was my life's work. I spent a lot of effort to save my brand. I had to go to the police to protect my rights and interests. The hardest part was the unpredictability and illogic of his actions. As a result, I managed to survive this difficult period, even though I suffered a lot. So now I see one of my missions to organize a club for women in a similar situation. I believe it is necessary to open their eyes, to give them the strength, confidence and ability to resist this treatment of themselves. It will be a place where women can share their stories, get advice and support. After rehabilitation, each of them will believe in themselves, be able to protect their interests and start a new life.

– Would you say that life after the end of a long relationship is divided into “before” and “after”? What advice would you give to women going through a “painful” divorce? How can you find the joy of freedom and love yourself anew?

– It seems that after this long relationship I was born again, given the opportunity to live a new life in a new relationship. My children and the people closest to me are still with me, accompanying and supporting me. I am convinced that old stories lose their weight against the background of new harmonious relationships.

My advice is this: if a person is unable to let go of a painful relationship, he must get over it to the end. Not to run from the pain, but to let it in, to cry out everything that has accumulated, dedicating 1-2 days to it. After that, the pain will dissolve, and the man will receive strength and energy to change his life. Next, you just have to do what you like and what inspires you. Talk to different interesting people, visit beautiful places, and fill up with energy. You should not cling to the past, you should leave it, then the universe will give you new love and a new life worthy.

– Tell us about your sons: what do they do? How do they support you? Do they want to become part of the NanoAsia team in the future?

– Nothing is more important to me than my children, they are an extension of me, my motivation to move forward and become better. They are involved in sports and creativity: the younger one plays tennis, plans to take up boxing, swimming and diving, the middle one likes sculpture, the older son is already continuing NanoAsia business, he actively helps to develop the company. I believe that each of them will be able to



find themselves in my company in the future, because it is voluminous and gives different opportunities for development and realization.

– I would like to hear about your future professional and creative plans: what are your dreams, what are you striving for?

– At the moment I am pleased with how my business is growing every year: the feedback from thousands of customers confirms the usefulness of NanoAsia products. People often thank me and write that their life was different before and after using NanoAsia. In terms of production development, I plan to expand: I want to create a few more brands that will become part of the company. For this purpose, I will continue to search for the most advanced methods and technologies for preserving youth and beauty.

My creative plans include publishing a book: I am working on a collection of poems. It will be a tool for perception and understanding of

sacral knowledge about the world. I hope to publish my collection during this year.

I've also been interested in fashion and design since childhood. Perhaps this interest will grow into the creation of my own Fashion House. For me it is important to work for the benefit of people, to accompany their development, and first of all women. I want to give them a sense of self-confidence, achieved through the transformation.

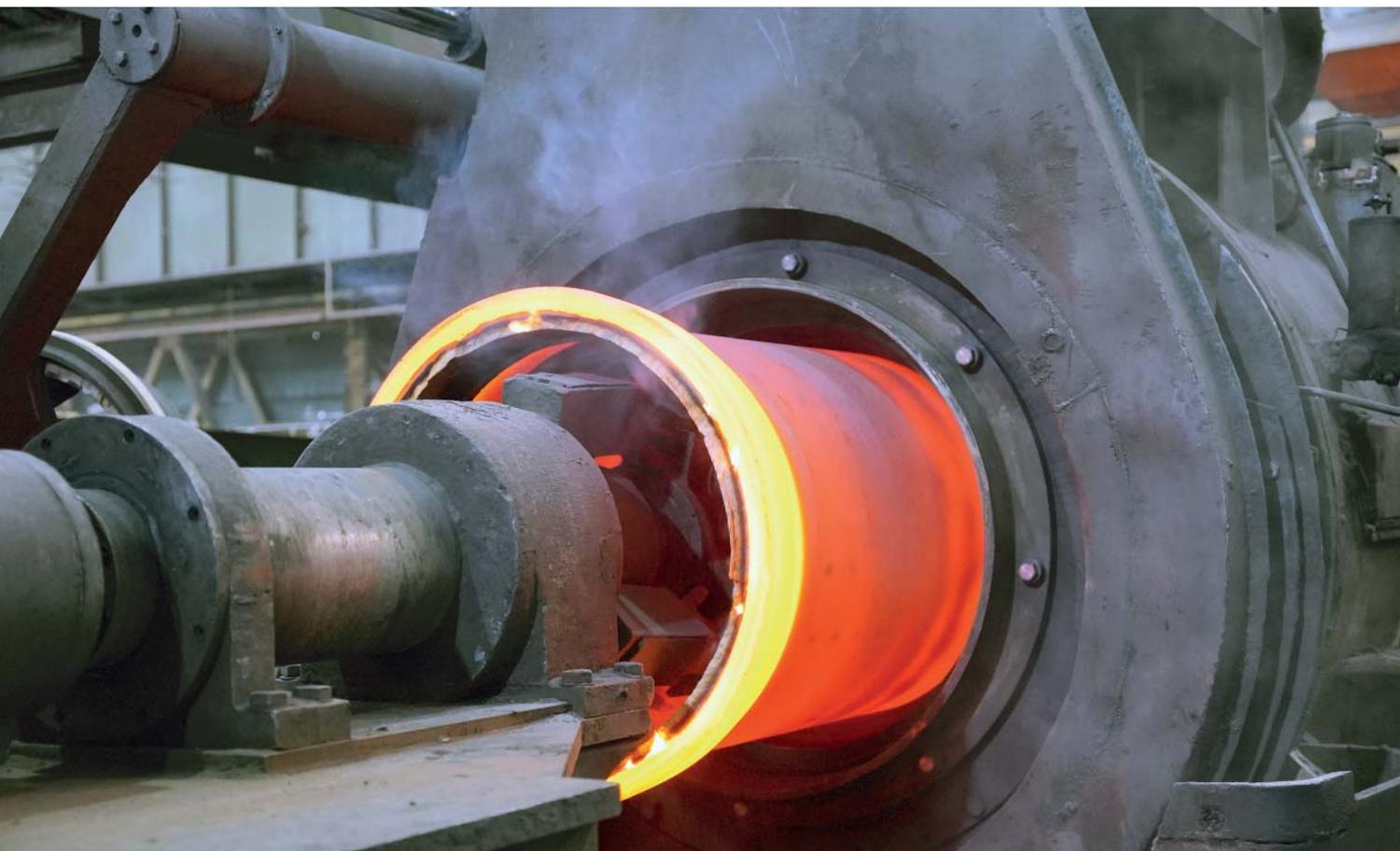
Also the theme of relationships is important to me, which is why I dream in a global sense to influence the way young people look at marriage today. I dream to teach them responsibility, mutual respect, patience, and wisdom. I am sure that then there will be many more strong and harmonious couples. This will make our society strong and stable. I hope that in the future my children and all our new generation will live in the right traditions and with the right principles of life.

Talked by Daria Bakarina



ЛИПЕЦК – ТУРЦИЯ:

ЭФФЕКТИВНЫЙ ДИАЛОГ С ВЫСОКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ



Липецкую область с бизнес-миссией посетила делегация из Турецкой Республики. Это представители корпораций и компаний, связанных с промышленностью, строительством и энергетикой. Среди них – POMSAD, Ассоциация ведущих турецких производителей насосного, клапанного оборудования и аксессуаров; холдинг Dalgakiran, крупный турецкий производитель промышленных компрессоров с продажами продукции в 100 странах мира; Mirmek Construction и другие предприятия.

Бизнес-миссия прошла при поддержке Ассоциации «Российско-Турецкий диалог». В июне этого года в рамках проведения Петербургского международного экономического форума между Липецкой областью и Ассоциацией было подписано соглашение о сотрудничестве в сфере развития двусторонних инвестиций. Документ предусматривает содействие росту промышленного потенциала и повышению инвестиционной привлекательности региона, реализацию совместных проектов и проведение бизнес-миссий.

Торгово-экономические отношения и инвестиционный потенциал обеих сторон обсудили на встрече с губернатором Липецкой области Игорем Артамоновым, руководством Управления инвестиций и инноваций, регионального Агентства инвестиционного развития и особой экономической зоны промышленно-производственного типа «Липецк». Игорь Артамонов детально представил возможности региона в части инвестиционных конкурентных преимуществ.

«Особенно стоит отметить наш значительный и успешный опыт в работе с международным бизнесом. Сложные высокотехнологичные производственные проекты как российских, так и зарубежных компаний находят здесь всё необходимое для своего развития: кадры, качественную инфраструктуру, ресурсы, системную поддержку органов власти, льготные условия и, конечно же, профессиональное сопровождение», – подчеркнул губернатор.

Основная цель визита турецкой делегации – выработать механизмы формирования и продвижения экспортно-импортных потоков предприятий Липецкой области. Для этого необходимо рассмотреть подходы к развитию бизнеса и экспортного потенциала в существующей экономической реальности, оценить новые логистические маршруты, наметить географические ориентиры для поиска партнёров.

«По тому приёму и тем впечатлениям, которые мы получили, с уверен-





ностью можно сказать, что Россия расположена к сотрудничеству. Мы также готовы к взаимодействию. Нужно лишь обсудить нюансы предстоящей работы с нашими коллегами в Турции. Думаю, нас ждут хорошие перспективы», – рассказал генеральный секретарь Ассоциации турецких производителей насосного, клапанного оборудования и аксессуаров POMSAD Гокхан Сезер.

В свою очередь, директор Агентства инвестиционного развития Липецкой области Александр Базаев отметил, что Турецкая Республика и Россия достаточно давно и успешно сотрудничают по многим направлениям. «Липецкая область видит возможности для расширения границ этого партнёрства. Мы принимаем в регионе представителей высокотехнологичных компаний, которые зарекомендовали себя с лучшей стороны во всём мире, в нашей стране в том числе. Мы готовы предложить им не только выгодные площадки для ведения бизнеса, но и льготы, преференции, сопровождение проектов».

Бизнес-миссия представителей Турецкой Республики была рассчитана на два дня. В первый день гости познакомились с работой особой экономической зоны «Липецк», её резидентами и направлением их деятельности.

Затем представителей ведущих турецких корпораций и компаний, связанных с промышленностью и энергетикой, познакомили с работой липецкой трубной компании «Свободный сокол».

Это предприятие входит в перечень системообразующих организаций России и является крупнейшим поставщиком трубной продукции для сектора питьевого водоснабжения и водоотведения. «Свободный сокол» – единственный производитель труб из высокопрочного чугуна с шаровидным графитом в диапазоне диаметров от 80 до 1000 мм в России и странах СНГ.

По словам Александра Базаева, по итогам встречи с губернатором Игорем Артамоновым была выражена большая заинтересованность со стороны турецкого бизнеса в выстраивании деловых коммуникаций с Липецкой областью в абсолютно разных форматах. «Это и экспорт товаров, и потенциальные территории локализации предприятий. Это был достаточно эффективный диалог, у которого большие возможности».

LIPETSK – TURKEY:

AN EFFECTIVE DIALOGUE WITH HIGH POTENTIAL

A delegation from the Republic of Turkey visited the Lipetsk Region on a business mission. These were representatives of corporations and companies connected with industry, construction and energy. Among them are POM SAD, the Turkish Pump and Valve Manufacturers' Association; Dalgakiran Holding, a major Turkish manufacturer of industrial compressors with sales in 100 countries worldwide; Mirmek Construction and other companies.





The business mission was supported by the Russian-Turkish Dialogue Association. The agreement on cooperation in the sphere of development of bilateral investments was signed between the Lipetsk region and the Association during the St. Petersburg International Economic Forum in June this year. The document provides for promoting the growth of the region's industrial potential and increasing its investment attractiveness, implementing joint projects and conducting business missions.

Trade and economic relations and the investment potential of both parties were discussed at a meeting with Igor Artamonov, Governor of the Lipetsk Region, the management of the Investment and Innovation Department, the regional Investment Development Agency and the Special Economic Zone of the Lipetsk Industrial and Manufacturing Type. Igor Artamonov presented in detail the region's opportunities in terms of investment competitive advantages.

"Especially noteworthy is our considerable and successful experience in working with international businesses. Advanced high-tech

production projects run by both Russian and foreign companies find everything they need for their development here: human resources, quality infrastructure, resources, systemic support from the authorities, favourable conditions and, of course, professional support”, stressed the Governor.

The main goal of the Turkish delegation’s visit is to work out mechanisms for the formation and promotion of export and import flows of the Lipetsk Region enterprises. For this purpose, it is required to consider approaches to business development and export potential in the current economic reality, assess new logistics routes and outline geographic directions for finding partners.

“Judging by the reception and the impressions we received, we can say with confidence that Russia is ready to cooperate. We are ready for cooperation as well. We only need to discuss the nuances of the work ahead with our colleagues in Turkey. I think that we have good prospects,” said Gokhan Sezer, General Secretary of POMSAD, the Turkish Pump and Valve Manufacturers’ Association.

In turn, Alexander Bazaev, Director of the Investment Development Agency of the Lipetsk Region, noted that the Republic of Turkey and Russia have long and successful cooperation in many areas. “The Lipetsk region sees opportunities for expanding the boundaries of this partnership. We welcome in the region representatives of high-tech companies that have proved themselves from the best side all over the world, in this country as well. We are ready to offer them not only favourable sites for doing business, but also benefits, preferences and project support.”



The business mission by representatives of the Republic of Turkey lasted for two days. On the first day, the guests were acquainted with the work of the Lipetsk Special Economic Zone, its residents and the focus of their activities.

Then representatives of leading Turkish corporations and companies related to the industry and energy sectors were introduced to the work of the Svobodny Sokol pipe company in Lipetsk.

The company is included in the list of backbone organizations in Russia; it is the biggest supplier of pipe products for the drinking water supply and waste water

disposal sector. “Svobodny Sokol is the only manufacturer of high-strength spheroidal graphite cast iron pipes in the range of diameters from 80 to 1000 mm in Russia and the CIS countries.

According to Alexander Bazaev, the meeting with the Governor Igor Artamonov resulted in a high level of interest on the part of Turkish business in building business communications with the Lipetsk Region in absolutely different formats. “This includes the export of goods as well as potential territories for localization of enterprises. It was a very effective dialogue, which offers great opportunities.”





«Фармасинтез-Норд»:

«По странам и континентам...»

Построенный на севере Санкт-Петербурга завод «Фармасинтез-Норд» – самое молодое предприятие группы компаний «Фармасинтез». Чем отличается оно от других своих «братьев»? На каких препаратах специализируется? Об этом, а также о том, как развивается сотрудничество компании с зарубежными странами, в беседе с нашим корреспондентом рассказывает директор по развитию экспорта «Фармасинтез» Григорий ДЕМИДОВ.

– Давайте начнём с вопроса о том, чем «Фармасинтез-Норд», самое молодое предприятие группы компаний «Фармасинтез», отличается от других своих «братьев»? На каких препаратах оно специализируется?

– Вы совершенно правы: АО «Фармасинтез-Норд» – это действительно самое современное наше предприятие в плане времени ввода в эксплуатацию и начала самого проекта. Строительство завода в Санкт-Петербурге специально для разработки и производства современных и эффективных цитостатических препаратов началось в 2011 году, а в 2017 году уже была запущена первая очередь завода.

Основная специализация предприятия в Санкт-Петербурге – онкологические препараты, но есть и некоторые другие направления.

Отмечу, что завод оснащён современным оборудованием: полностью автоматизированными изолированными линиями по производству асептических растворов и лиофилизатов; роботизированными изолированными линиями по наполнению флаконов, картриджей и предварительно заполненных шприцев; изолированными линиями по производству таблеток, покрытых оболочкой, капсул и пеллет. Учитывая, что в нашем продуктивном портфеле большой ассор-

тимент противоопухолевых препаратов, АО «Фармасинтез-Норд» имеет очень высокий потенциал, в том числе и для международной кооперации, для экспорта.

– Продукция группы компаний «Фармасинтез», в том числе и та, которую выпускают в Северной столице на «Фармасинтез-Норд», предназначена не только для реализации и применения на внутреннем российском рынке, но и на экспорт. С какими странами сотрудничество уже налажено?

– Сотрудничество на самом деле ведётся со множеством стран. Другое дело, что уровень развития такого сотрудни-

чества не всегда одинаков. С какими-то из стран-партнёров оно находится пока лишь на этапе обсуждения потенциально-го стартового портфеля онкологического профиля: идёт оценка как с точки зрения текущего интереса самого рынка, так и с точки зрения перспективности ввода на рынок некоторых препаратов. Зачастую бывает так, что на некоторых рынках немного конкурентов, где-то спрос есть, но нет стабильного предложения. В этих случаях мы изучаем причины сложившегося ландшафта рынка и планируем соответствующие активности. В каких-то странах уже идёт регистрация наших препаратов, а где-то уже вполне налажена коммерциализация. Если говорить о континентах, то мы представлены на большинстве из них. В странах СНГ идёт активная коммерциализация. В странах Африки мы уже подошли к этапу, когда есть понимание портфеля и поддержка местных участников рынка, а также сформированы пакеты документов для начала работы на рынке, идёт регистрационный процесс. В Латинской Америке после разрешения логистических нюансов мы планируем пройти две PIC/S-инспекции, то есть принять инспектораты, которые входят в эту схему сотрудничества, объединяя национальные инспекционные службы в сфере контроля за соблюдением надлежащих производственной и дистрибьюторской практик. А пока, на сегодняшний день, мы возобновили диалог с одним из латиноамериканских регуляторов о проведении инспекции: уже намечены конкретные даты, разработан план действий; регулятор, в свою очередь, подтвердил готовность прибыть для инспекции и составил план-график. Также мы ведём регистрацию фармацевтических препаратов онкологического профиля в странах Карибского бассейна и, например, в Доминиканской Республике уже имеем результаты: недавно получили регистрационные удостоверения на несколько онкологических лекарственных препаратов в Доминикане. Там у нас, кстати, планируется большой портфель с мощным местным дистрибьютором. Должен отметить, что, несмотря на географическое расположение этого рынка, регуляторный процесс шёл без особых вопросов со стороны регулятора.

– С какими проблемами приходилось и приходится сталкиваться при регистрации выпущенных в России препаратов за границами нашей страны?

– Тут надо понимать, что мы говорим не о проблемах, а о том, что называется «нюансы». Разве можно называть объективные требования регулятора проблемами? Да, каждая страна отличается от других какими-то своими особенностями, в том числе и регуляторными, законода-



тельными, у каждой есть своя специфика. Отличия есть даже у стран соседних, например, в рамках региона Магриб, то есть стран Северной Африки: так, Алжир российский сертификат GMP принимает, а соседний Тунис при этом обязывает провести инспекцию завода и получить локальный сертификат. Всё это и является теми нюансами, которые влияют и на срок подготовки документов, и на срок рассмотрения этих документов и образцов, и, как итог, на срок получения регистрационных удостоверений. Есть ещё, скажем так, мелочи, из которых складывается общий срок подготовки к регуляторному процессу: переводы досье на местные языки, заверение документов в посольствах, заверение документов у нотариусов и так далее.

– Изменилось ли что-то в вашей работе в связи с обострением международной обстановки, после введения санкций?

– Да, обстановка изменилась, появились такие связанные с логистическими

цепочками вызовы, которых до этого не было. Например, раньше можно было принять инспекцию зарубежного регулятора, не задаваясь вопросами о наличии рейсов. Теперь дело обстоит несколько иначе. Сами мы подошли к этому с пониманием, но надо отметить, что и наши зарубежные партнёры реагируют на сложившуюся ситуацию аналогично. Причём как партнёры-дистрибьюторы, так и государственные регуляторные органы. Мы договорились, что все инспекции будут проведены уже после налаживания логистики, чтобы наши партнёры имели возможность добираться до места назначения с комфортом и безопасно.

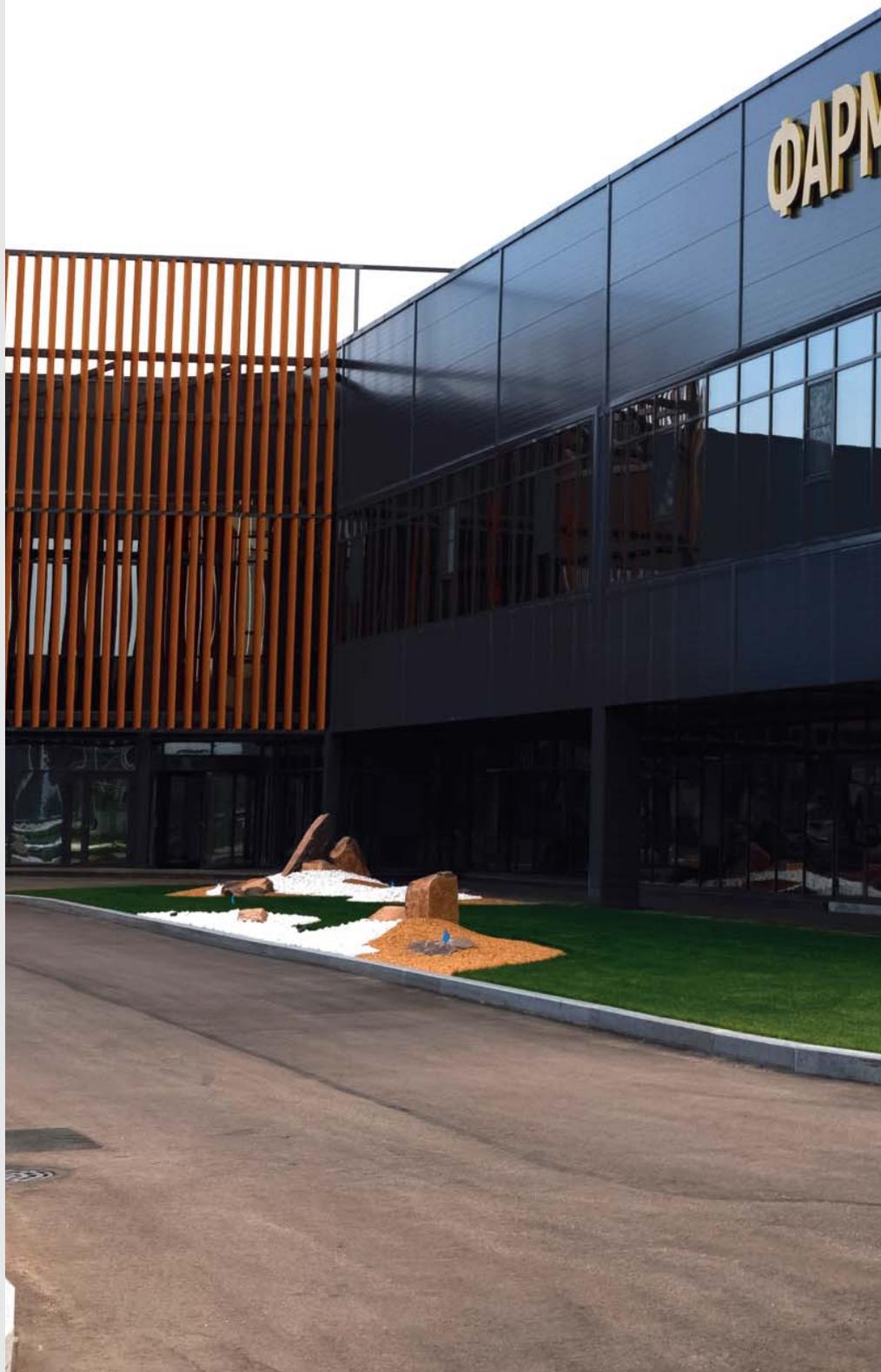
– Сотрудничество с другими странами и в лучшие, скажем так, годы заключалось не только в том, чтобы что-то закупать у них и привозить к нам. Российские производители, и «Фармасинтез» в их числе, активно продвигали свою продукцию на мировые рынки. Как бы вы оценили ситуацию с возможным, а может быть, и

существующим экспортом продукции «Фармасинтез-Норд» в другие страны? С кем такое сотрудничество налажено? С кем, возможно, застопорилось? И какие перспективы вы видите в ближайшем будущем?

– Спасибо за вопрос. Здесь лучше применить слово «планы». Когда мы говорим о перспективах, это что-то не совсем определённое, общее, туманное. Что же касается планов, то они подразумевают более чёткое понимание и осознание возможностей. Так вот, как ни покажется кому-то странным, а может быть, и удивительным, но относительно экспортного направления сотрудничество не застопорилось, более того, мы стали активно получать вопросы об ассортименте, о нашем предприятии из стран Африки, Латинской Америки. В странах СНГ нас хорошо знают, многие запросы приходят оттуда. Что касается планов, то да, они есть – мы будем концентрировать свои усилия на наиболее востребованных препаратах в государствах с наибольшим потенциалом их реализации. Это страны СНГ, Центральной Америки, Латинской Америки, Африки. Сейчас мы активно развиваемся в этих направлениях. Более того, даже на европейском направлении появляются запросы на подобные лекарственные препараты.

– Из-за чего продукция компании «Фармасинтез» продолжает оставаться интересной для зарубежных потребителей? Что необходимо делать для того, чтобы ваша компания не только не утратила уже занятых на рынке позиций, но и продолжила расширять сотрудничество и поставки в страны как ближнего, так и дальнего зарубежья?

– Начну с первой части вашего вопроса. Мы производим препараты, которые по определению востребованы и пользуются спросом. В той части нашего портфеля, которую производит АО «Фармасинтез-Норд», то есть препаратов онкологического направления – тут говорить о том, что он, может быть, неинтересен для зарубежных партнёров, не приходится. Препараты АО «Фармасинтез-Норд» используются для лечения онкологии, которая никуда не исчезала и инструменты борьбы с которой востребованы во всём мире. Их, а также ещё многие другие наименования лекарств мы производим на современном оборудовании, в соответствии с требованиями строжайшего российского стандарта надлежащей производственной практики, под контролем высококвалифицированных профессионалов своего дела. Всё это является залогом нашего успеха и уверенности в качестве наших препаратов.





Pharmasyntez-Nord:

“Across countries
and continents...”



The Pharmasyntez-Nord plant built in the north of St. Petersburg is the youngest enterprise of the Pharmasyntez group of companies. What makes it different from its other “brothers”? What drugs does it specialize in? Grigory Demidov, Director of Export Development at Pharmasyntez, tells our correspondent about this, as well as about how the company's cooperation with foreign countries is developing.

– Let's start with the question of how Pharmasyntez-Nord, the youngest enterprise of the Pharmasyntez group, differs from its other “brothers”? What drugs does it specialize in?

– You are absolutely right: JSC “Pharmasyntez-Nord” is, indeed, our most modern enterprise in terms of the time of commissioning and start of the project itself. The main specialization of the company in St. Petersburg is oncological drugs, but there are some other areas as well. This portfolio has very high potential, including for international cooperation.

– The products of the Pharmasyntez group, including those manufactured at Pharmasyntez-Nord in the “Northern Capital”, are intended to be sold and used not only in the Russian domestic market, but also for export. With which countries has cooperation already been established?

– In fact, we cooperate with many countries. Another thing is that the level of development of such cooperation is not always the same. With some of the partner countries it is still only at the stage of discussing the potential start-up portfolio of the oncology profile. In some countries our drugs are already being registered, and in other countries commercialization is already well underway. If we talk about continents, we are present in most of them. Active commercialization is going on in CIS countries. In Africa, we are already at the stage where we have a portfolio and support of local market players, and we have prepared documentation packages to start working on the market. In Latin America, after resolving the logistical nuances, we plan to pass two PIC/S inspections, i.e. to accept inspectors who are part of this cooperation scheme, uniting national inspection services in the field of control over compliance with good manufacturing and distribution

practices. In the meantime, so far, we have resumed a dialogue with a Latin American regulator about the inspection – specific dates have already been set and an action plan has been developed, the regulator, in turn, has confirmed its willingness to come for the inspection and has made a timetable. Also to date, we have received registration certificates for several oncology drugs in the Dominican Republic. There, by the way, we have a large portfolio planned with a strong local distributor.

– What problems have you had and still have to deal with when registering drugs that were made in Russia outside of Russia?

– You have to understand that we're not talking about problems, but rather about something called “nuances”. Is it possible to call the regulator's objective requirements problems? Yes, every country has its own specifics, including regulatory



and legislative, and each has its own specifics. Even the neighboring countries, for example, in the Maghreb region, which means North African countries, have their differences: Algeria accepts Russia's GMP certificate, but neighboring Tunisia requires that you inspect the factory and get a local certificate. All these are the nuances that affect the period of preparation of documents, the period of review of these documents and samples, and, as a result, the period of obtaining registration certificates. And I am not even mentioning such little things like translation of dossiers into local languages, certification of documents in embassies and so on.

– Did anything change in your work due to the aggravation of the international situation after the sanctions were imposed?

– Yes, the situation has changed, there are challenges related to supply chains that did not exist before. For example, previously it was possible to accept an inspection by a foreign regulator without questioning the availability of flights. That's not the case now. We have an understanding of this, but it should be noted that our foreign partners have a similar reaction to the situation. Both distributor partners and state regulatory bodies. We have agreed that all inspections will be carried out

after the logistics have been established. So that our partners will be able to get to their destination comfortably and safely.

– Cooperation with other countries, and in the best, shall we say, years, was not only about buying something from them and bringing it to us. Russian manufacturers, and Pharmasintez among them, were actively promoting their products on world markets. How would you assess the situation with possible or maybe existing export of "Pharmasintez-Nord" products to other countries? With whom is such co-operation established? With whom, perhaps, has it stalled? And what prospects do you see for the near future?

– Thank you for your question. The word "plans" would be better applied here. When we talk about prospects, it's something not quite definite, general, vague. As for plans, they imply a clearer understanding and awareness of possibilities. So, no matter how weird or even surprising it may sound to some, but concerning the export direction the cooperation hasn't slowed down, moreover, we began to receive active questions about our assortment, about our enterprise from African and Latin American countries. In CIS countries we are well known, many inquiries come from there. As for our plans, yes, we

have them – we will focus our efforts on the most in-demand drugs in the countries with the highest sales potential. These are the CIS countries, Central America, Latin America, and Africa. Now we are actively developing.

– Why are the products of Pharmasintez still interesting for foreign consumers? What is necessary to do in order your company not only to keep the positions which it has already occupied in the market, but also to continue to expand cooperation and deliveries to the countries not only of the near abroad but also of the far abroad?

– Let me start with the first part of your question. We produce drugs that, by definition, are in demand and in demand. In that part of our portfolio, which produces JSC "Pharmasintez-Nord", i.e. drugs of oncological direction, there is no need to say that it may not be interesting for foreign partners. Pharmasintez-Nord's preparations are used to treat oncology, which has never disappeared, and the tools to combat which are in demand throughout the world. These and many other drugs are produced on modern equipment in accordance with the requirements of the strictest Russian GMP, under the supervision of highly qualified professionals in the field. All this is the key to our success and confidence in the quality of our drugs.

Александр Галин, «Фармтек»: «ПО ЭФФЕКТИВНОСТИ И КАЧЕСТВУ МЫ ПРЕВОСХОДИМ ЗАПАДНЫЕ АНАЛОГИ!»



Тема импортозамещения в косметической отрасли поднимается очень часто, но сегодня хотелось бы поговорить о компаниях, занимающихся распространением продукции российского производства за рубежом.

Продукция компании «Фармтек» представлена известными брендами: ЦИНОВИТ®, МИКОСТОП®, ЛИПОБЕЙЗ®, АКВАПИЛИНГ® и др.

О том, как российская высококачественная дерматологическая продукция завоёвывает зарубежные рынки, – подробнее в интервью с коммерческим директором «Фармтек» Александром Галиным.

– Дерматологическая продукция «Фармтек» уже широко распространена в России, а теперь компания уверенно начала внешнеторговую деятельность. Какие страны уже ею охвачены? А какие рассматриваете на перспективу?

– Для начала хотелось бы пояснить, почему мы решили попробовать работать с зарубежными рынками. Дело в том, что

благодаря выверенному, качественному по компонентам и основе составу нашей дерматокосметики, основанному на европейских медицинских рекомендациях по профилактике и лечению дерматологических заболеваний, а также оптимальному соотношению цены и качества наших продуктов, за последние семь лет наша продукция в тех сегментах, где мы работаем,

вышла в РФ на лидирующие позиции. Год от года в тех нишах, где мы работаем, мы с седьмой позиции в упаковках вышли на первую. Нашу продукцию хорошо знают и активно назначают более 5000 дерматологов в РФ, более 3000 лор-врачей, косметологи, в том числе и те, которые занимаются инъекционной косметологией. Также имеется огромный пул лояльных потребителей, на постоянной основе пользующихся нашей продукцией. Мы решили, что если найдём хороших партнёров на зарубежных рынках, которые хотя бы в чём-то повторят нашу модель продвижения, то нас может ожидать успех.

Сегодня мы находимся на старте реализации нашего желания выйти на зарубежные рынки. В декабре 2021 года мы встретились с представителями компании «10 Мед», которые и стали нашими провайдерами по выходу на зарубежные рынки. Была проведена большая работа по созданию информационных материалов на английском языке, презентаций, буклетов. На первое полугодие 2022 года в Китае, Эмиратах и других странах мы запланировали 10 международных выставочных мероприятий, посвящённых вопросам здоровья и красоты. К сожалению, в силу непростой международной обстановки не все из них удалось провести на высоком уровне, поскольку ряд организаторов не позволял работать российским стендам. Вместе с тем уже есть и определённые успехи: появились соглашения о сотрудничестве, проводится работа по сертификации с компаниями из ряда стран (Китай, Саудовская Аравия, Египет, Эфиопия, Иордания, Кувейт, Ливан, ОАЭ, Катар, Ирак, Узбекистан, Турция, Ливия).

– Какую выгоду от подобного сотрудничества имеют иностранные партнёры?

– Иностранные партнёры получают продукцию очень высокого качества, с хорошей эффективностью при решении тех или иных дерматологических проблем, по доступной цене. Нашу экспертизу по вопросам продвижения.



Большинство наших линеек в РФ входят в топ 1-5 продаж в соответствующих сегментах, топ 1-5 врачебных назначений; ряд линеек, например ЛИПОБЕЙЗ®, – № 1 в РФ для решения проблем сухой кожи, лечения и профилактики дерматитов. КЛАВИО® – № 1 среди врачебных назначений в лечении ониходистрофии и № 1 в продажах. ЛУБРИМАКС® – топ-3 среди лубрикантов в РФ. Соответственно, иностранный потребитель получает лидирующую в России – как по объёмам продаж, так и по оценкам экспертов – продукцию с доказанной эффективностью и безопасностью применения.

– Спрос на российскую косметику объясняется выгодным соотношением цены и качества. Что, помимо этих характеристик, придаёт уникальности вашей продукции?

– Помимо того, что в основе создания всех линеек лежит строгий медицинский, дерматологический подход, основанный на самых передовых научных разработках и проверенных медицинских рекомендациях, все активные компоненты нашей косметики имеют доказанную эффективность для решения дерматологических проблем. Основа нашей продукции – натуральные компоненты, дорогостоящие масла: оливковое, жожоба, ши, макадамии и другие, которые являются не только отличной основой для активных компонентов, но и восстанавливают гидролипидный слой кожи, восполняя так необходимые для кожи липиды, керамиды и т. д. Это делает её ещё более полезной для решения дерматологических проблем.

Важно, что в портфеле более 60 продуктов, способных решить практически все значимые проблемы: ЛИПОБЕЙЗ®, ЦИНОВИТ®, НЕОТАНИН®, СКИН-АКТИВ® – сухая и атопическая кожа, все дерматиты и дерматозы, проблемная кожа, зуд любой этиологии; ЦИНОВИТ® – акне; МИКОСТОП®, МИКОЛЕПТ® – грибковые заболевания ногтей и кожи; КЛАВИО® – дегенеративно-дистрофические заболевания ногтей; ЦИНОВИТ® – себорейный дерматит (перхоть), акне; АКВАПИЛИНГ® – сухие мозоли и натоптыши; АЛГЕЛЬ® – проблема избыточного потоотделения, гипергидроз.

Также у нас есть уникальная линейка «Вирокинол» – для профилактики заражения ОРВИ, гриппом и другими вирусными инфекциями, в том числе COVID-19.

– Какая продукция из вашего ассортимента на сегодняшний день демонстрирует лучшие показатели по сбыту?

– Мы начали нашу деятельность по продвижению на иностранные рынки в январе 2022 года, процессы договорённостей с партнёрами, сертификации, получения тех ли иных разрешений – вопрос не очень быстрый, особенно в современных услови-

ях. Сейчас в разных странах мы на разной стадии процессов, предварительных перед поставкой. Интерес в зарубежных странах проявлен практически ко всем линейкам, в том числе и к нашей линейке ВИСКОЛАЙН® – это качественные и доступные по цене филлеры и биоревитализанты.

– Нуждается ли мировой рынок в дерматологических препаратах российского производства?

– Думаю, любой рынок, прежде всего, нуждается в качественных и действенных препаратах, независимо от того, где они произведены. Если наша продукция в РФ в сложнейшей конкуренции с крупными западными брендами пробилась себе дорогу, это говорит о том, что мы не уступаем, а во многих случаях и превосходим по эффективности и качеству западные аналоги; и при этом во много раз доступнее. Этот фактор может сыграть важную роль и для потребителей из других стран.

– Расскажите о научном подходе «Фармтек» в разработке препаратов, о собственной микробиологической лаборатории.

– Кратко уже об этом говорилось выше, если подробнее: у нас большой и развитый медицинский отдел, где работают люди с медицинским образованием, обладающие высокими компетенциями в дерматологии и косметологии. При разработке наших линеек мы не только опираемся на собственные знания, но и привлекаем российских учёных. При поиске доказательств клинической эффективности тех или иных компонентов изучаем мировой опыт, стандарты лечения в Европе и США и выбираем для наших продуктов лишь те компоненты, которые доказали свою эффективность и безопасность. К разработке непосредственно продуктов с теми или иными свойствами мы привлекаем как собственные мощности – на нашем заводе в особой экономической зоне мы создали хорошо оснащённую по последнему слову техники лабораторию, – так и сторонних ведущих российских разработчиков.

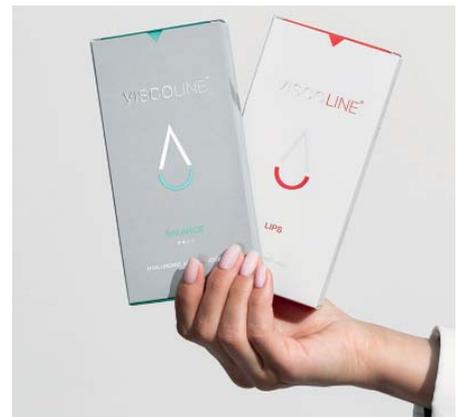
– Как сказались на вашем производстве и планах глобальные изменения последнего года? Пострадала ли от них компания или, наоборот, вы обнаружили в ситуации новые точки развития?

– Глобальные изменения особенно сильно отразились на нашей работе в начале года, в первом квартале, когда благодаря панике на рынке, опасениям дефицитов из-за разрывов цепочек поставок, резкому росту курса валюты дистрибьюторы очень существенно подняли отпускные цены. Это негативно, но не очень существенно сказалось на выполнении наших планов по приросту продаж в 2022 году:

мы практически не выросли, остались на уровне первого квартала 2021 года. Но уже во втором квартале прослеживается пусть небольшой, но рост в упаковках; и существенный – более 15% – в рублях, что в условиях падения большинства рынков хороший показатель. В большинстве сегментов рынка мы упрочили свои позиции, расширив долю присутствия.

Мы к данной ситуации подошли достаточно подготовленными: ещё до кризиса создали запас всех необходимых компонентов для производства нашей продукции.

Однако вводимые санкции, в том числе и на покупку многих европейских активных компонентов, усложняют их приобретение, удорожают логистику (выросшую в три раза), что негативно сказывается на себестоимости продукции. Но уже сейчас понятно: пусть со сложностями, но мы приобретаем все необходимые компоненты, и проблем с выпуском продукции не возникнет.



– Каков сейчас вектор развития «Фармтек»? Что в планах?

– У нас очень серьёзные планы по дальнейшему развитию наших продаж в России и, надеемся, на зарубежных рынках. Очень существенно будет расширяться портфель нашей продукции. На конец 2022 года и на 2023 год планируется вывести в дополнение к существующим почти семидесяти наименованиям продукции ещё порядка сорока, т. е. мы более чем на 50% увеличим наш портфель. Дополним необходимыми позициями уже существующие и любимые многими линейки и, разумеется, выведем на рынок принципиально новые бренды.

Мы и далее будем стремиться не только сохранить, но и упрочить наши лидирующие позиции на рынке активной косметики и дерматологии в РФ, предлагая врачам и потребителям качественные, эффективные, безопасные и доступные по цене средства.

<https://pharmtec.ru/>
info@pharmtec.ru
 8-495-673-10-21

Подготовила Эльвина Аптреева

Alexander Galin, Pharmtec: "WE OUTPERFORM WESTERN COUNTERPARTS IN TERMS OF EFFICIENCY AND QUALITY!"



The topic of import substitution in the cosmetics industry is raised quite often, but today we would like to talk about the companies involved in distributing Russian-made products abroad.

Pharmtec's products are represented by the well-known brands CINOVIT®, MIKOSTOP®, LIPOBEZY®, AQUAPILING® and others.

More about how Russian high-quality dermatological products conquer foreign markets in an interview with Pharmtec's commercial director Alexander Galin.

– Pharmtec's dermatological products are now widely distributed in Russia, and now the company has confidently begun foreign trade activities. Which countries are already covered by it? Which ones do you consider for the future?

– To begin with, I would like to explain why we decided to try working with foreign markets. The fact is that thanks to the adjusted, high-quality components and formula of our dermatocosmetics based on the European medical recommendations for the prevention and treatment of dermatological diseases, and the optimal price/quality ratio of our products for the past 7 years, our products in those segments where we operate, have become leaders in the Russian Federation. Year by year, in the segments where we operate, we moved from the 7th position in the packaging to the 1st one. Our products are well known and prescribed by over 5000 dermatologists in the Russian Federation, over 3000 ENT doctors and cosmetologists, including those who work with injectable cosmetology. There is also a huge pool of loyal customers who use

our products on a regular basis. We decided that if we succeed in finding good partners on foreign markets who will at least follow our promotional model, we will be successful.

Today we are at the start of our desire to enter foreign markets. In December 2021, we met with representatives of the 10 Med company, who have become our overseas market entry providers. Considerable work was done to create information materials in English, presentations and booklets. We have planned 10 international health and beauty exhibitions in China, the Emirates and other countries for the first half of 2022. Unfortunately, due to the difficult international situation not all of them happened to be held at the highest level, as a number of organizers forbade the work of Russian booths. However, there have already been certain achievements: cooperation agreements have been signed, and work on certification is underway with companies from several countries: China, Saudi Arabia, Egypt, Ethiopia, Jordan, Kuwait, Lebanon, UAE, Qatar, Iraq, Uzbekistan, Turkey and Libya.

– How do foreign partners benefit from such cooperation?

– Foreign partners receive products of great quality, with good efficiency in solving particular dermatological problems, at an affordable price as well as our expertise in promotional issues.

Most of our lines in Russia are in the TOP 1-5 sales in their respective segments, TOP 1-5 medical prescriptions, a number of lines, such as LIPOBASE® – No. 1 in Russia for solving dry skin problems, treatment and prevention of dermatitis. CLAVIO® – No. 1 prescription in the treatment of onychodystrophy and No. 1 in sales. LUBRIMAX® is No.3 among lubricants in the Russian Federation. Consequently, foreign consumers receive the leading product in Russia, both in terms of sales volume and according to expert estimates, with proven efficacy and safety of use.

– The demand for Russian cosmetics is attributable to the favourable price-quality ratio. What, apart from these characteristics, makes your products unique?

– In addition to the fact that all the lines are based on a strict medical, dermatological approach, based on the most advanced scientific developments and proven medical recommendations, all the active ingredients in our cosmetics have proven effectiveness in solving dermatological problems. The basis of our products are natural ingredients, valuable olive, jojoba, shea butter, macadamia oil and other oils, which not only form an excellent basis for the active ingredients, but also restore the skin's hydro-lipidic layer, replenishing the lipids, ceramides, etc., so essential for the skin. This helps to make it even more useful for dermatological problems.

It is also important, there are more than 60 products in the portfolio, capable of solving almost all significant problems: LIPOBASE®, CINOVIT®, NEOTANIN®, SKIN ACTIVE® – dry and atopic skin, all dermatitis and dermatoses, problem skin, itching of any etiology; CINOVIT® – acne; MIKOSTOP®, MIKOLEPT® – fungal nail and skin diseases, CLAVIO® – degenerative-dystrophic nail diseases; CINOVIT® – seborrheic dermatitis (dandruff), acne; AQUAPILING® – dry calluses and corns; ALGEL® – excessive sweating problems, hyperhidrosis.

We also have a unique range of Viroxinol – for the prevention of acute respiratory infections, flu and other viral infections, including COVID-19.

– **Which products in your range currently show the best sales figures?**

– We have been promoting our products on foreign markets since January 2022, the process of agreements with partners, certification, and obtaining approvals is not a very quick matter, especially in the current circumstances. Now we are at different stages of processes in different countries, prior to delivery. Almost all lines are of interest in foreign countries, including our Viscoline® range, which is a quality and affordable fillers and biorevitalizant.

– **Does the global market need Russian-made dermatological products?**

– I think any market first of all needs high quality and effective products, regardless of where they are made. If our products make their way into Russia in the toughest competition with major Western brands, it means we are not inferior and in many cases have the performance and quality advantages of our Western counterparts, while being many times more affordable. This factor may also be important for consumers in other countries.

– **Tell us about Pharmtec's scientific approach to drug development, its own microbiological laboratory.**

– It was already briefly mentioned above, but in more detail: we have a large and well-developed medical department, which employs people with medical backgrounds who have high competence in dermatology

and cosmetology. In developing our lines, we do not only rely on our own knowledge, but we also involve Russian scientists. When searching for evidence of clinical effectiveness of certain components we study global experience, treatment standards in Europe and the USA, and we select for our products only those components that have been proven to be both effective and safe. We use our own facilities to develop products with particular properties – we have a state-of-the-art laboratory at our plant in the Special Economic Zone – as well as the leading third-party developers in Russia.

– **How have the global changes of the last year affected your production and plans? Has the company suffered from them, or, on the contrary, have you found new points of development in the situation?**

– Global changes had a particularly strong impact at the beginning of the year, in the first quarter, when, due to the panic on the market, fears of shortages due to supply chain disruptions, and a sharp increase in the currency exchange rate, distributors raised selling prices very substantially. This had a negative, but not very significant, impact on our sales growth plans for 2022: we had almost no growth, remaining at the level of Q1 2021. But already in the second quarter, we have seen growth, albeit small, in packages, and significant growth of more than 15%, in roubles, which is a good indicator in the context of the decline in most markets. We strengthened our position in most market segments by expanding our market share.

We approached this situation well prepared: even before the crisis, we created a stock of all

the necessary components for the production of our goods.

However, the sanctions, including those imposed on the purchase of many European active components, make it harder to buy them, make logistics more expensive (it has tripled), and this has a negative impact on the cost of production. But it is already clear now that despite the difficulties, we acquire all the necessary components, and there will be no problems with the production of our goods.

– **What is the current vector of the development strategy of Pharmtec? What are the plans?**

– We have very serious plans to further develop our sales in Russia, and hopefully on foreign markets as well. Our product portfolio will expand very substantially. By the end of 2022 and 2023, we plan to add another forty products in addition to our current seventy, which means that we will increase our portfolio by more than 50%. We will supplement our existing and popular lines with the required items, and, of course, we will launch brand new products on the market.

We strive to continue maintaining and strengthening our leading position on the Russian market of active cosmetics and dermatology by offering physicians and consumers quality, effective, safe and affordable products.

<https://pharmtec.ru/>
info@pharmtec.ru
 8-495-673-10-21

Prepared by Elvina Aptreeva



Импортозамещение в химической отрасли – ДРАЙВЕР РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ



Инжиниринговый химико-технологический центр был создан в 2014 году на базе Томского государственного университета. Сегодня в интересах крупных промышленных партнёров ИХТЦ успешно объединяет экспериментальную науку, новые химические технологии, методы анализа данных для быстрого и эффективного решения задач. Об основных сферах деятельности центра, направленных на развитие отечественной химической науки и промышленности, успешных практиках создания импортозамещающих технологий и продуктов, а также об особенностях взаимодействия с партнёрами рассказывают директор ИХТЦ Алексей Князев и директор по развитию ИХТЦ Илья Мазов.

– Какую цель вы ставили, создавая Инжиниринговый химико-технологический центр?

– Изначально, когда я только задумывал этот проект, то представлял его себе как место, где ничто не мешает учёному воплощать в жизнь все его гениальные задумки. В моём богатом воображении рисовался цех с высокими потолками, уставленный фантастическим оборудованием, где я мог бы тоннами производить какой-нибудь нужный и суперинновационный продукт на благо всего мира.

Со временем, конечно, подход трансформировался в деятельность, уравновешенную между наукой и промышленностью. И сегодня мы говорим, что ИХТЦ – это инжиниринг, который создаёт промышленные производства на основе научных разработок. То есть сейчас мы понимаем, что крайне важна не только разработка сама по себе, но и потенциал промышленного внедрения.

– За восемь лет работы ИХТЦ изменилась ли миссия компании?

– Мы прошли разные стадии роста: от сугубо научного подхода к практическому решению производственных задач с помощью науки. И наш прогресс заметен не только в научном плане: кратно возросло количество проектов, партнёров и контрактов, увеличилась команда. Теперь, в принципе, мы понимаем, как устроен глобальный химический рынок, на котором сегодня ИХТЦ – одна из лучших российских инжиниринговых компаний.

Но при всей трансформации компании миссия не изменилась – обеспечивать вы-

сочайший уровень решения прикладных химических задач для промышленности и науки.

– Можете подробнее рассказать, в чём заключаются основные направления деятельности ИХТЦ?

– В первую очередь это масштабирование и внедрение химических технологий и продуктов: от технико-экономических расчётов до эксплуатации опытно-промышленных установок и авторского сопровождения при проектировании и создании промышленных производств.

Мы также успешно проводим испытания катализаторов, растворителей, биоразлагаемых полимеров, веществ для очистки труб, компонентов моющих веществ и многого другого для самых различных областей промышленности: фармацевтической, нефтеперерабатывающей, пищевой, сельскохозяйственной и так далее.

– Как вы оцениваете сегодняшнее положение отечественной химической науки?

– Нас подсадили на «импортную иглу» с 90-х годов очень сильно. А сейчас ветер перемен сдул все истории про «зелёный» водород и углекислый газ, который разогревает нашу планету. Российская промышленность и потребители столкнулись с тем, что нам нужно себя же обеспечить белой бумагой, мылом, зубной пастой, клеем. И когда мы начали говорить о предметах первой необходимости – о бытовой химии, автомобильном топливе, пищевой и фармацевтической химии, металлургии и нефтегазовой химии, – то выяснили, что нас лишили

вспомогательных химических веществ и материалов – критически важных. Поэтому наша специальность очень нужна сейчас, химия крайне востребована: за последние полгода мы, как инжиниринговая компания, наблюдаем огромный всплеск активности инвесторов, игроков рынка, которым срочно нужны решения, кадры и разработки. И отсюда вытекает другая проблема: будет сложно удовлетворить такой спрос именно специалистами-химиками.

– Как вы оцениваете вклад ИХТЦ в развитие потенциала российской науки?

– Мы постоянно совершенствуемся во взаимодействии и диалоге с учёными, регулярно привлекаем их к реализации своих проектов. И наше сотрудничество приводит к очень ценным результатам: к актуализации тематики научных исследований. Скажем, в лаборатории органического синтеза могут синтезировать любые органические соединения, но приходит ИХТЦ и говорит, что сейчас рынку нужен бета-пропиолак-

Илья Мазов, директор по развитию ИХТЦ:

– Основная сложность – это дефицит квалифицированных кадров и «диктатура троечников». Но есть и позитивные моменты: надежда на то, что введённые надолго санкции позволят чиновникам и руководителям понять, что нужно смотреть не на то, как бы купить иностранное, а на то, как лучше развивать отечественное.



тон, интересны производные капролактама. И учёные понимают, что перспективнее заниматься этими исследованиями.

Я сам, много занимаясь вузовской наукой, вижу, что если не стимулировать активность лабораторных научных исследований в прикладном и промышленном масштабе, то она начинает буксовать и топтаться на месте. Научный руководитель даёт ученику тему, тот через несколько лет передаёт её своему ученику и так далее. По факту лаборатория лет 20 занимается каким-нибудь катализатором для одного и того же процесса, совершенно не вникая, нужно ли это промышленности сегодня, каков итог этой кропотливой, но дорогостоящей и бесполезной работы.

Кроме того, у исследователя, к примеру, из сорбционной лаборатории химического факультета ТГУ мотивация заниматься сорбентами на основе углей гораздо выше, если за это ещё и будут платить.

– Как выстроено взаимодействие с заказчиками?

– В первую очередь это ноль пустых разговоров, минимум бюрократии, но максимум эффективности.

У нас огромный опыт сотрудничества с промышленными партнёрами, и, соответственно, мы быстро понимаем их цели и задачи.

Кроме того, мы всегда тщательно анализируем каждый контракт. Почему заказчик принял решение работать с нами, какова его мотивация, временные рамки и так далее.

Как ни банально звучит, но для нас заказчик всегда прав. К тому же я против того, чтобы отвечать заказчику «нет». Даже если мы что-то не можем сделать сами, всегда посоветуем тех, кто может, дадим рекомендации. Или если поступает запрос на уже существующую технологию или продукт, то мы объясняем, что это будет пустая трата средств и времени, лучше вместо этого заняться чем-то другим, более актуальным.

Мы вообще берёмся за работу лишь тогда, когда уверены на 90% и более, что заказчик будет удовлетворён нашей работой и сможет повысить свой доход за счёт сотрудничества с ИХТЦ.

Такие правила взаимоотношений с партнёром – фундамент нашего бизнеса. Уважение, абсолютная легальная работа, максимальная открытость и эффективность.

Да, мы дорого стоим, у нас высокая маржинальность, но и значительные накладные расходы, большая команда специалистов. Мы понимаем, что многим заказчикам цена на инжиниринговые услуги может показаться завышенной, но все наши сметы для клиентов открыты. Показываем, как эти цены формируются, подсказываем, где можно сэкономить. И именно такая работа позволяет добиться нужного результата в установленные сроки.

– С какими запросами приходят потенциальные клиенты ИХТЦ?

– Сегодня компании уже знают, с чем к нам идти. Как правило, нет пустых или нереальных для выполнения запросов. Появляется всё больше партнёров, готовых инвестировать в создание химического производства. То есть не только в разработку технологии и наработку какой-то небольшой опытной партии продукта. Соответственно, растёт и уровень наших заказов.

Раньше было немало историй, когда заказчик хотел попробовать начать на стадии НИР, посмотреть, что может получиться за небольшие деньги и сроки, и мысль о вложении миллиарда рублей выглядела просто пугающей. Сейчас сам заказчик торопит нас ещё на этапе эксперимента: «Где строим завод? В какое здание заезжаем? Какие ворота ставим?» Приходится сдерживать порывы, потому что, конечно, на лету производство не создаётся.

– Расскажите об успешных кейсах в рамках проектов по импортозамещению.

– В нашей стране, к сожалению, на сегодняшний день практически отсутствует основа основ химической индустрии. Нет производства даже анилина. И нам необходимо научиться быть самодостаточными в химии.

В ближайшее время крайне важно организовать новые химические производства для импортозамещения не менее 2-3 тыс. материалов. Это критически важные материалы, без которых нельзя заниматься нефтепереработкой, выпускать отечественные лекарственные средства, удобрения, продукты питания и так далее.

ИХТЦ занимается созданием химических производств этих материалов. Ежегодно мы реализуем 20-30 подобных проектов,



Илья Мазов, директор по развитию ИХТЦ:

– Мы сегодня делаем всё возможное для того, чтобы потенциал российской науки не был «заболтан» и «разбазарен», а мог бы воплощаться на практике. Мы являемся одной из немногих инжиниринговых компаний, которые реализуют практические наработки российских учёных вместе с ними самими на пользу отечественной химической отрасли.



выводим продукты на рынок, предлагая качественные и недорогие отечественные решения.

Если говорить о конкретных примерах, то можно отметить сотрудничество с ПАО «Газпром нефть» – это один из наших ключевых партнёров. За пять лет совместной работы нам доверяют как масштабирование каталитических процессов, так и инжиниринговые услуги по выбору катализаторов, когда мы на наших опытно-промышленных установках тестируем катализаторы различных производителей и даём заключение о том, какой именно катализатор должен быть загружен уже в промышленную установку. Такие исследования достаточно дорогостоящие, потому что при пилотировании процессов мы набираем специальную команду – порядка 15 человек, которые работают 24/7. Но эти испытания позволяют существенно снизить риски загрузки неподходящего катализатора и, соответственно, избежать в разы более дорогостоящей ошибки.

Также крупный и успешный проект был реализован для АО «Корпорация «Росхимзащита». Компания доверила нам разработку двух серий элементов системы обеспечения воздухом новых российских самолётов. Мы начали разрабатывать изделия 2-3 года назад, сейчас они получили соответствующие литеры, вошли в конструкторскую документацию, начато их серийное производство.

ИХТЦ успешно взаимодействует с ПАО «СИБУР Холдинг»: мы работаем с ними со дня своего основания. А ещё – с Eurasian Resources Group (Казахстан): передали на их площадку мобильную установку переработки угля. Также работаем с фармкомпаниями, крупными производителями синтетических моющих средств и другими.

– Какие есть планы у ИХТЦ на ближайшее время и на отдалённую перспективу?

– Мы развиваем инфраструктурные проекты. Один из них – строительство новых производственных площадок, где будут размещаться опытно-промышленные установки наших партнёров для масштабирования технологий. Также в планах – усиление команды, поскольку проектов много и нет задачи по их увеличению, наоборот, необходимо добиваться максимального результата в действующих.

The Engineering Chemical Technology Center was established in 2014 on the basis of Tomsk State University. Today, in the interests of major industrial partners, the ECTC successfully combines experimental science, new chemical technologies, and data analysis methods for fast and efficient problem solving. About the main areas of the Center's activities aimed at the development of domestic chemical science and industry, successful practices of creating import-substituting technologies and products, as well as the peculiarities of interaction with partners tell ECTC Director Alexey Knyazev and ECTC Development Director Ilya Mazov.

Import substitution in the chemical industry IS A DRIVER OF ECONOMIC DEVELOPMENT



– *What goal did you set when establishing the Engineering Chemical Technology Center?*

– Initially, when I just conceived this project, I imagined it as a place where nothing prevents a scientist to implement all his brilliant ideas. In my rich imagination, I imagined a high-ceilinged shop with fantastic equipment, where I could produce tons of some necessary and super innovative products for the benefit of the whole world.

Over time, of course, the approach transformed into an activity balanced between science and industry. And today we say that ECTC is engineering, which creates industrial production based on scientific developments. That is, we now understand that it is crucial not only to the development, but also to its industrial implementation potential.

– *Has the company's mission changed over the 8 years of ECTC existence?*

– We have gone through different stages of growth: from a purely scientific approach to practical solutions of production problems with the help of science. And our progress is not only visible in scientific terms – the number of projects, partners, contracts increased manifold and our team grew. Now we basically understand how the global chemical market works, on which today ECTC is one of the best Russian engineering companies.

But with all transformation of the company the mission has not changed – to provide the highest level of solutions of applied chemical problems for industry and science.

– *Can you tell more about what are the main activities of ECTC?*

– First of all it is scaling and implementation of chemical technologies and products –

from technical and economic calculations to operation of pilot plants and designer's support in design and creation of industrial productions.

We also successfully test catalysts, solvents, biodegradable polymers, pipe cleaning agents, detergent components, and much more for a wide variety of industries: pharmaceutical, oil refining, food, agriculture, and so on.

– *How do you assess the current state of domestic chemical science?*

– Since the 90s we have been addicted to imported products. And now the wind of change has blown away all the stories about “green” hydrogen and carbon dioxide warming up our planet, and Russian industry and consumers are faced with the fact that we need to provide our own white paper, soap, toothpaste, glue. And when we started talking about essentials: household chemistry, automotive fuel, food and pharmaceutical chemistry, metallurgy and oil and gas chemistry, we found out that we were deprived of auxiliary chemicals and materials – critical ones. So our specialty is very much needed now, chemistry is in extremely

high demand – over the last six months we as an engineering company have seen a huge surge of investors, market players, who urgently need solutions, personnel and developments. And another problem follows from here – it will be difficult to meet such demand specifically by chemistry specialists.

– *How do you assess the ECTC's contribution to the development of Russian science potential?*

– We are constantly improving our interaction and dialogue with scientists, we regularly involve them in our projects. And our cooperation leads to very valuable results – to the actualization of research topics. For example, the organic synthesis laboratory can synthesize any organic compound, but ECTC comes in and says that the market needs beta-propiolactone now, and caprolactam derivatives are of interest. And scientists understand that it is more promising to do these research activities.

Being involved in a lot of university science I see that if the activity of laboratory research is not stimulated on an applied and industrial scale, it begins to stagnate and stagnate in place. A scientific supervisor gives a student a topic, the latter, after a few years, passes it on to his student, and so on. In fact, the lab has been working for 20 years. The fact is that for 20 years the laboratory has been working on a catalyst for one and the same process without paying any attention to whether industry needs it today or what the result of this painstaking, but costly and useless work is.

In addition, the researcher, for example, from the sorption laboratory of TSU Faculty of Chemistry, is much more motivated to engage in sorbents based on coals, if it is also paid.

**Ilya Mazov, ECTC
Development Director:**

– *The main difficulty is the shortage of qualified staff and the “dictatorship” of mediocre pupils. But there are also positive aspects – the hope that the sanctions imposed for a long time will allow officials and executives to understand that they should not look at how to buy foreign things, but how best to develop domestic ones.*



– **How is the interaction with customers organized?**

– First of all, this is zero empty talk, minimum bureaucracy but maximum efficiency.

We have vast experience of cooperation with industrial partners and, accordingly, we quickly understand their goals and objectives.

In addition, we always thoroughly analyze each contract. Why the customer decided to work with us, what is their motivation, time frame and so on.

As cliché as it sounds, but for us the customer is always right. In addition, I'm against answering the customer "no". Even if we can't do something ourselves, we always advise someone who can, give recommendations. Or, if there is a request for an existing technology or product, we explain that this would be a waste of money and time, and it would be better to do something else that is more relevant instead.

We in general undertake the work only when we are 90% sure or more that the customer will be satisfied with our work and will be able to increase their income through cooperation with ECTC.

Such rules of the relationship with a partner are the foundation of our business. Respect, absolutely legal work, maximum openness and efficiency.

Yes, we are expensive, we have high margins, but also significant overhead costs and a large team of experts. We understand that for many customers the price for engineering services can seem overestimated, but all our estimates are open to customers. We show how these prices are formed, we

suggest where it is possible to save money. And this is exactly the kind of work that allows you to achieve the desired result in a timely manner.

– **What kind of requests do potential ECTC clients come with?**

– Today companies already know what to come to us with. As a rule, there are no empty or unrealistic requests. There are more and more partners who are ready to invest in the creation of chemical production. That is, not just in technology development and development of some small pilot batch of the product. Accordingly, the level of our orders is also increasing.

Previously, there were many stories when a customer wanted to try and start at the scientific research stage, see what could be achieved in a small amount of money and time, and the thought of investing a billion rubles just looked scary. Now the customer is rushing us at the experimental stage: "Where do we build the plant? What building are we going to move into? What gate are we going to put up?" We have to restrain the impulses, because, of course, production is not created "in a hurry".

– **Tell us about successful cases within the framework of import substitution projects.**

– In our country today, unfortunately, there is practically no basis for the chemical industry. There is not even aniline production. And we need to learn to be self-sufficient in chemistry.

In the near future it is extremely important to organize new chemical

**Ilya Mazov, ECTC
Development Director:**



– *Today we do our best to ensure that the potential of Russian science is not "squandered" but can be implemented in practice. We are one of the few engineering companies that implement practical developments of Russian scientists for the benefit of the domestic chemical industry.*

productions for the import substitution of at least 2-3 thousand materials. These are critically important materials without which it is impossible to engage in oil refining, produce domestic medicines, fertilizers, foodstuffs, and so on.

The ECTC is involved in the creation of chemical production of these materials. Each year, we implement 20-30 of such projects, and bring products to the market, offering high-quality, inexpensive domestic solutions.

If we talk about specific examples, we can mention cooperation with PJSC Gazprom Neft, which is one of our key partners. In the five years we have been working together, we have been entrusted with both scaling catalytic processes and engineering services for selecting catalysts. When we test catalysts from different manufacturers at our pilot plants and give an opinion on which catalyst should be loaded into an industrial plant already. Such tests are quite expensive, because when we pilot the processes, we hire a special team – about 15 people who work 24/7. But these tests allow us to significantly reduce risks of loading the wrong catalyst, and consequently avoid many times more expensive errors.

Also a large and successful project was implemented for JSC Roskhimzashchita Corporation. The company entrusted us with the development of two series of elements of the air supply system for new Russian aircrafts. We started to develop the products 2-3 years ago, now they have received the corresponding letters, entered the design documentation, and their serial production has started.

ECTC successfully cooperates with the PJSC SIBUR-Holding – we have been working with them since the founding, with Eurasian Resources Group (Kazakhstan) – we transferred a mobile unit for coal processing to their site. We also work with pharmaceutical companies, large producers of synthetic detergents and others.

– **What plans does ECTC have for the near future and for the long term?**

– We are developing infrastructure projects. One of them is the construction of new production sites where pilot plants of our partners will be placed for technology scaling. Also, we plan to strengthen the team, since there are many projects and there is no task to increase them, on the contrary – it is necessary to achieve maximum results in the existing ones.





Группа компаний «ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ» («ФМ», www.tkfm.org) – это продуктово-производственный стартап по выпуску инновационной импортозамещающей продукции в области мелкодисперсных добавок. Группа формировалась с 2015 года как инвестиционный проект Северо-Западного Центра Трансфера Технологий. В последнее время обороты группы увеличиваются в среднем на 50% в год. Что позволило добиться таких результатов? Какие продукты предлагает группа? Каковы дальнейшие планы по её развитию? Об этом мы беседуем с руководителем проекта, генеральным директором Торгового дома и производственной компании «ФМ» Полиной Журавлевой.

«ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ»: МАСШТАБИРУЕМЫЙ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ СТАРТАП С ИННОВАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИЕЙ

– Что представляет собой группа «ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ» с точки зрения бизнес-модели?

– На сегодняшний день в состав группы входят контрактное производство, ряд продуктовых компаний, Торговый дом «ФМ» и управляющая компания.

На контрактном производстве мы собрали такой набор технологических узлов, который предоставляет широкие возможности для генерирования новых и развития действующих продуктов по нашим основным продуктовым направлениям.

Бизнес-модель группы основана на теории разделения труда и максимальной концентрации на ключевых компетенциях бизнеса между компаниями: разработка новых продуктов, производство, продажи выделены в отдельные юридические лица. Такая модель сама по себе уже инновация в корпоративном управлении, и мы сумели найти в ней определённые плюсы.

– Что производит группа «ФМ» в настоящее время?

– У группы на данный момент четыре продуктовых направления.

Наполнители-антипирены представлены мелкодисперсным гидроксидом алюминия различных фракций. Гидроксид алюминия используется в широком спектре композитных материалов, начиная от полиэфирных смол, шахтных лент и других резинотехнических изделий с повышенными требованиями к пожаробезопасности и заканчивая производством искусственного камня, другими полимерными материалами на основе ПВХ, ПП, ПЭ. Широкое распространение эти наполнители получили в рецептурах безгалогенных компаундов, не оказывающих при горении негативного влияния на человека и окружающую среду.

Противокоррозионный пигмент ТИАЛ. Это один из наших флагманских продуктов, он представляет собой термоактивирован-

ную смесь фосфатов металлов, обеспечивающих высокую электрохимическую активность. ТИАЛ является более эффективной заменой традиционно применяемого в ЛКМ фосфата цинка, что подтверждается данными испытаний в отраслевых институтах (НИПРОИНС, холдинг «Пигмент») и доверием клиентов.

Замена всего 20% фосфата цинка на фосфат алюминия даёт улучшение противокоррозионной стойкости грунтовки в два раза! А наш продукт в среднем ещё и дешевле фосфата цинка. То есть это не только улучшенное качество конечного продукта, но и хорошая экономия. По нашим данным, на территории России других производителей подобных материалов нет.

Белый пигмент WPS. Это пигмент-наполнитель для производителей ЛКМ экономсегмента и толстослойных декоративных материалов (штукатурок, например), частично заменяющий диоксид титана. Введение от 10 до 20% пигмента вместо диоксида титана снижает себестоимость без ухудшения характеристик готовых ЛКМ.

Термомеханоактивированные, частично гидролизованные оксиды алюминия под маркой TS-100. Это комплексная добавка-улучшитель для различных областей. За многолетнюю историю применения такие материалы успешно зарекомендовали себя как содиспергаторы в лакокрасочных композициях, компоненты бетонотехнических суспензий и модифицирующие добавки в производстве бетонов. Особенности строения молекул данных материалов обеспечивают синергетический эффект с широким спектром пигментов, наполнителей и полимерных матриц.

– Можно ли говорить о том, что за семь лет основные задачи – локализация высокотехнологичного производства на Северо-Западе России и выполнение задачи по импортозамещению – достигнуты?

– Основная задача, которую ставил перед собой инвестор в момент запуска стартапа, – это освоение выпуска порошковой продукции химического назначения, производство которой либо ограничено, либо отсутствовало в России.

На данный момент можно с уверенностью сказать, что технология производства апробирована, подтверждена и может быть достаточно легко масштабирована. Продукция соответствует требованиям потребителей и технических стандартов, есть перспективы и возможности по повышению эффективности. Кроме того, мы получили подтверждение наших маркетинговых прогнозов: начиная с 2020 года мы каждый год увеличиваем объём выручки не меньше чем в 1,5 раза при среднеотраслевом темпе роста рынка всего на 4-5% ежегодно.

– Какие планы по развитию существуют у группы «ФМ»?

– Наши планы подразумевают вложения в программу развития производства для программы наращивания объёмов выпуска и выполнения сторонних контрактных заказов, что позволит занять существенную долю рынка в области наших продуктов в течение ближайших пяти лет.

В связи с этим мы приглашаем к партнёрству инвесторов и соинвесторов, потому что нам есть что предложить. Инвестиции в реальный сектор, в конкретное производство могут быть интересны инвестиционным фондам, специализирующимся на химпроме, крупным производителям химической продукции для расширения продуктового ассортимента, а также крупным дилерам, которым становится выгодно иметь собственное производство для увеличения маржинальности основного бизнеса.

Мы открыты для сотрудничества и максимально ориентированы на пожелания партнёров!



FUNCTIONAL MATERIALS: A SCALABLE MANUFACTURING STARTUP WITH INNOVATIVE PRODUCTS

FUNCTIONAL MATERIALS Group (“FM”, www.tkfm.org) is a product and production startup for the production of innovative import-substituting products in the field of fine-dispersed additives. The group was formed in 2015 as an investment project of the NorthWest Technology Transfer Center. In recent years, the group’s turnover has increased by an average of 50% per year. What made it possible to achieve these results, what products does the Group offer, and what are its future development plans? We will talk to Polina Zhuravleva, project manager and general director of the Trading house and production company “FM”.

– **What is the FUNCTIONAL MATERIALS Group in terms of the business model?**

– Today the “FM” Group consists of the FM contract production, a number of product companies, the FM Trading House-, and a management company.

We have assembled such a set of technological units at the contract manufacturing facility, which provide ample opportunities for generating new and developing existing products in our main product areas.

The business model of the group is based on the theory of division of labor and maximum concentration on the key competences of business between the companies: development of new products, production and sales are separated into separate legal entities. This model in itself is already an innovation in corporate management, and we have been able to find certain advantages in it.

– **What does the “FM” Group produce at the moment?**

– The group currently has four product lines.

Antipyrene fillers are represented by finely dispersed aluminum hydroxide of various fractions. Aluminum hydroxide is used in a wide range of composite materials, ranging from polyester resins, mining tapes and other rubber products with high fire safety requirements, to the production of artificial stone, other polymeric materials based on polyvinyl chloride PVC, polypropylene PP, polyethylene PE. These fillers are widely spread in formulations of halogen-free compounds that have no negative effect on people and environment when burnt.

TIAL anticorrosive pigment. This is one of our flagship products and is a thermally activated mixture of metal phosphates providing high electrochemical activity. TIAL is a more effective substitute for zinc phosphate which is traditionally used in paintwork materials and which is confirmed by the test data of branch institutes (NIPROINS, Pigment holding) and by the trust of clients.

Replacement of only 20% of zinc phosphate by aluminum phosphate leads to doubling of the anticorrosion resistance of the primer! Our product is on the average cheaper than zinc phosphate. That means not only improved quality of the final product, but also a good economy. According to our data, there are no other manufacturers of similar materials in Russia.

The white pigment WPS. This pigment filler for manufacturers of economy segment paintwork materials and thick decorative materials (stucco, for example), which partially substitutes titanium dioxide. Introduction of 10 to 20% of pigment instead of titanium dioxide decreases the prime cost without worsening the characteristics of the finished paintwork materials.

Thermo-mechanically activated partially hydrolyzed aluminum oxides under the TS-100 brand. This is a complex additive enhancer for various fields. Over the long history of use, these materials have successfully proven themselves as co-dispersants in paint compositions, components of bentonite suspensions and modifying additives in the production of concrete. The peculiarities of

the molecular structure of these materials provide a synergistic effect with a wide range of pigments, fillers and polymer matrices.

– **Can we say that in 7 years the main objectives – localization of high-tech production in the North-West of Russia and fulfillment of the task of import substitution – have been achieved?**

– The main task that the investor set for himself when he started the startup was to develop the production of chemical powders, the production of which is either limited or does not exist in Russia.

At this point it is safe to say that the production technology has been tested and confirmed, and can be fairly easily scaled up. The products meet the requirements of consumers and technical standards, there are prospects and opportunities to increase efficiency. In addition, we have received confirmation of our marketing forecasts: starting from 2020 we will increase our revenue by at least 1.5 times every year, while the average industry market growth rate is only 4-5% annually.

– **What development plans does the “FM” Group have?**

– Our plans involve investing in a production development program to multiply production volumes and fulfill third-party contract orders, which will enable us to occupy a significant market share in our products within the next 5 years.

Therefore, we invite investors and co-investors for partnership because we have a lot to offer. Investments into the real sector, into concrete production may be interesting for investment funds specializing in chemical industry, for large producers of chemical products to expand their product range, as well as for large dealers, which find it profitable to have their own production to increase the margin of their core business.

We are open for cooperation and maximally oriented to the wishes of our partners!



Автономная некоммерческая организация «Центр сертификации продукции и систем менеджмента в сфере наноиндустрии» (АНО «Наносертифика») создана в 2010 году и стала частью национальной системы обеспечения качества и безопасности продукции, технологий и производств, способствующей ускоренному внедрению результатов исследований и разработок.

Основными направлениями деятельности компании являются оценка и подтверждение инновационности и экологичности продукции и предприятий, поддержка выхода на рынок продукции стартапов, верификация отчётов о выбросах парниковых газов предприятий и углеродном следе продукции.

За время работы компанией выдано более 800 подтверждающих и разрешительных документов.

ОЦЕНКА И ПОДТВЕРЖДЕНИЕ КАЧЕСТВА, ИННОВАЦИОННОСТИ, БЕЗОПАСНОСТИ, ЭКОЛОГИЧНОСТИ И ДЕКАРБОНИЗАЦИИ



СЕРТИФИКАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ИННОВАЦИЙ

Сегодня устойчивый выход и обращение на рынке новой продукции и трансфер технологий невозможны без оценки и подтверждения качества, инновационности, безопасности, экологичности и декарбонизации.

АНО «Наносертифика» во взаимодействии и при поддержке одного из институтов инновационного развития – Фонда инфраструктурных и образовательных программ – путём проведения оценки и подтверждения инновационности содействует повышению конкурентоспособности новой продукции, формированию потребительского спроса, ограничению доступа на рынок некачественной и неперспективной продукции, обеспечению преимуществ в закупках.

Сертификация продукции, предприятий и контрактных производств по критериям инновационности, соответствующим Постановлению Правительства РФ от 15.06.2019 г. № 773, ориентирована на предприятия, позиционирующие себя как инновационно активные, и направлена на продвижение новых технологий и независимую оценку их новизны и уникальности.

Продукция более чем 50 предприятий и производств различных регионов РФ подтвердила соответствие установленным критериям, что стало основанием для формирования реестров инновационной продукции и предприятий и является ориентиром при проведении выверенных и обоснованных закупок товаров и услуг.

Устойчивость социально-экономического развития, осуществление климатической политики и декарбонизации зависят от про-

движения «зелёных» технологий, поддерживаемых сертификацией экологически ориентированной продукции и технологий, расчётов снижения углеродного следа от внедрения инноваций и верификации расчётов.

Сертификация экологически ориентированной продукции и предприятий (подтверждение ответственного отношения к экологическим проблемам) выполняется экологическим центром, способствует ускоренному внедрению экологически эффективных инновационных разработок. АНО «Наносертифика» совместно с партнёрами обеспечивает получение сертификата и экомаркировки.

ВЕРИФИКАЦИЯ ОТЧЁТОВ О ВЫБРОСАХ ПАРНИКОВЫХ ГАЗОВ – АКТУАЛЬНАЯ ЗАДАЧА ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ОЗДОРОВЛЕНИЯ

Федеральным законом от 02.07.2021 г. № 296-ФЗ «Об ограничении выбросов парниковых газов» предусмотрен учёт выбросов на основе верификационных заключений, выданных аккредитованными организациями.

АНО «Наносертифика» имеет опыт проведения верификации отчётов о выбросах парниковых газов. Созданный в компании орган по верификации и валидации парниковых газов в 2022 г. аккредитован в национальной системе аккредитации (регистрационный номер RA.RU.150009 в Реестре аккредитованных лиц). Компания предлагает заинтересованным организациям, в том числе экспортно ориентированным, услуги по верификации отчётов о выбросах парниковых газов, подготовленных в рамках проводимых ими работ по

Юрий Торопов,
генеральный директор
АНО «Наносертифика»:

«Сертификация инновационной продукции и оценка инновационности предприятий способствуют:

- ускоренному выводу инновационной продукции на рынок;*
- повышению доверия к инновационной продукции на рынке со стороны потребителей;*
- повышению эффективности взаимодействия заказчиков и поставщиков;*
- сокращению сроков внедрения инновационных решений;*
- снижению рисков, связанных с внедрением инноваций».*

сокращению (предотвращению) выбросов парниковых газов.

Подготовленными верификационными заключениями и заявлениями о верификации обеспечиваются конкурентное позиционирование производителей инновационной продукции по углеродоёмкости и стремление к достижению углеродной нейтральности.

АНО «Наносертифика» на основе систематизации данных о выбросах парниковых газов и сведений о величинах углеродного следа сырья, материалов, готовой продукции формирует Реестр величин углеродного следа и обеспечивает их предоставление заинтересованным организациям.

Сервисы АНО «Наносертифика» доступны для предприятий и создают комфортные условия для продвижения новой и экологически ориентированной продукции на рынок посредством инновационной сертификации, подтверждения принципов экологической ответственности и декарбонизации.

Юрий Торопов, генеральный директор АНО «Наносертифика»:

«В соответствии с федеральным законом № 296-ФЗ все организации, деятельность которых сопровождается выбросами парниковых газов (при массе, эквивалентной 150 и более тыс. тонн CO₂ в год), обязаны будут предоставлять в уполномоченный федеральный орган исполнительной власти отчёты о выбросах парниковых газов уже с 2023 года.

Подготовка такой отчётности – достаточно длительный и трудоёмкий процесс, требующий мониторинга и учёта всех источников выбросов, применения различных справочных данных, тщательной проверки результатов оценки выбросов. Поэтому рекомендуем всем заинтересованным предприятиям не медлить с подготовкой отчётов и их верификацией».

Контакты:
АНО «Наносертифика»
117292, Москва, пр-т 60-летия
Октября, д. 10А
+7 (495) 988 4256
<https://nanocertifica.ru/>
info@nanocertifica.ru

ASSESSMENT AND VERIFICATION OF QUALITY, INNOVATION, SAFETY, ENVIRONMENTAL FRIENDLINESS AND DECARBONIZATION

Autonomous non-commercial organization “Certification Center for Products and Management Systems in Nanoindustry” (Nanocertifica) was founded in 2010 and became a part of the national system for quality and safety of products, technologies and industries, which promotes accelerated implementation of research and development results. The main activities of the company are assessment and confirmation of innovativeness and environmental friendliness of products and enterprises, support for startups to enter the market, verification of reports on greenhouse gas emissions of enterprises and the carbon footprint of products. During its work, the company has issued more than 800 supporting and permitting documents.

CERTIFICATION AS A TOOL TO PROMOTE INNOVATION

Today a stable market entry and circulation of new products and technology transfer is impossible without evaluation and confirmation of quality, innovativeness, safety, environmental friendliness and decarbonization.

Autonomous non-commercial organization Nanocertifica in cooperation and with the support of one of the institutes of innovative development – Fund for Infrastructure and Educational Programs by assessment and confirmation of innovativeness promotes increase of competitiveness of new products,

Russian Federation confirmed compliance with the established criteria, which became the basis for the formation of registers of innovative products and enterprises and is a reference point for verified and justified procurement of goods and services.

Sustainability of socio-economic development, implementation of climate policy and decarbonization depends on the promotion of “green” technologies supported by certification of environmentally-oriented products and technologies, calculations to reduce the carbon footprint of innovation and verification of calculations.

Certification of environmentally-oriented products and enterprises (confirmation of a responsible attitude to environmental problems) is performed by the environmental center and contributes to the accelerated implementation of environmentally effective innovative developments. Autonomous non-commercial organization Nanocertifica together with its partners provides certification and eco-labeling.

Prepared verification reports and statements of verification ensure competitive positioning of manufacturers of innovative products on carbon intensity and the desire to achieve carbon neutrality.

Nanocertifica based on the systematization of data on greenhouse gas emissions and information about the values of the carbon footprint of raw materials, materials, and finished products forms the Registry of carbon footprint values and provides them to the interested organizations.

Services of Nanocertifica are available for enterprises and create comfortable conditions for promotion of new and environmentally oriented products to the market through innovative certification, confirmation of the principles of environmental responsibility and decarbonization.

Contacts:

**Autonomous non-commercial organization Nanocertifica, 10A, Prospekt 60-letiya Oktyabrya, Moscow, Russia, 117292
+7 (495) 988 4256
<https://nanocertifica.ru/>
info@nanocertifica.ru**

**Yuriy Toropov,
Director General of Nanocertifica:**

“Certification of innovative products and assessment of the innovativeness of enterprises contributes to:

- accelerated introduction of innovative products to the market;*
- increase of consumer confidence in innovative products on the market;*
- improving the efficiency of interaction between customers and suppliers;*
- reduction of the time required to implement innovative solutions;*
- reducing the risks associated with the introduction of innovation.”*

formation of consumer demand, limitation of access to market of low-quality and unpromising products, providing advantages in procurement.

Certification of products, enterprises and contract manufacturing according to the criteria of innovativeness, corresponding to the Decree of the Government of the Russian Federation from 15.06.2019 № 773, is focused on enterprises positioning themselves as innovatively active, and is aimed at promoting new technologies and an independent assessment of their novelty and uniqueness.

The products of more than fifty enterprises and productions from various regions of the

VERIFICATION OF REPORTS ON GREENHOUSE GAS EMISSIONS – AN URGENT TASK OF ECOLOGICAL IMPROVEMENT

Federal Law № 296-FZ of 02.07.2021 “On limiting greenhouse gas emissions” provides for emissions accounting on the basis of verification reports issued by accredited organizations.

Non-commercial organization Nanocertifica has experience in verification of reports on greenhouse gas emissions. The Verification and Validation Body for greenhouse gases, created in the company, was accredited in the national accreditation system in 2022 (registration number RA.RU.150009 in the Register of Accredited Persons). The Company offers interested organizations, including export-oriented ones, services for verification of reports on greenhouse gas emissions prepared as part of their work on reduction (prevention) of greenhouse gas emissions.

**Yuriy Toropov,
Director General of Nanocertifica:**

“Under the federal law № 296-FZ, all organizations whose activities are accompanied by greenhouse gas emissions (at a mass equivalent of 150 thousand tons or more of CO₂ per year), will be required to submit reports on greenhouse gas emissions to the authorized federal executive authority from 2023. Preparation of such reports is a rather long and time-consuming process that requires monitoring and accounting of all emission sources, application of various reference data, and thorough verification of the results of emission estimates. Therefore, we recommend all interested enterprises not to delay in the preparation of reports and their verification.”

SOWHITE: НАИБОЛЬШЕЕ КАЧЕСТВО ЗА НАИМЕНЬШУЮ ЦЕНУ

Компания «Бланш», основанная в 2021 году, всего за год прошла путь от разработки рецептуры до открытия собственного производства. Сегодня компания выпускает под собственным брендом SoWhite профессиональную бытовую химию объёмом более 20 тонн в сутки.

О том, как открыть собственное производство в самые экономически сложные времена и как удержаться на плаву, мы беседуем с генеральным директором ООО «Бланш» Андреем Булановым.



– Почему вы приняли решение создать бизнес по производству бытовой химии? Ведь это явно не самая свободная ниша на рынке.

– Да, действительно, дефицита моющих и чистящих средств как таковых на рынке нет. Но дело в том, что до этого я занимался клининговым бизнесом. И меня, как руководителя, очень сильно волновал вопрос о том, как найти хорошее средство с небольшим расходом, да ещё и по приемлемой цене. Но сколько бы ни искал, я находил либо то, что стоит недорого, но при этом неэффективно, либо моет хорошо, но стоит как чугунный мост.

Поэтому и возникла идея организовать собственное предприятие, производящее бытовую химию, доступную для людей и сравнимую по качеству с импортными аналогами. Как говорится, хочешь сделать хорошо – сделай это сам. Задумался я об этом в январе 2020 года, начал активный поиск производственного помещения, разработку рецептур и технологических процессов для будущих продуктов компании, анализ ситуации на рынке.

– И тут на всех обрушились пандемия и локдауны...

– Да уж, жизнь внесла основательные коррективы во все составленные бизнес-планы, которые впоследствии были отброшены за несостоятельностью. Но тем не менее саму идею мы не оставили. Пока все сидели по домам, я изучал рынок промышленного оборудования и подбирал его для будущего производства, нашёл помещение и стал приводить его в рабочее состояние. В результате, несмотря на трудности, были выпущены первые образцы продукции, хотя и на самодельном оборудовании и очень маленькими партиями.

И когда карантинные меры пошли на спад, часть оборудования уже была закуплена и установлена, начался период

регистрации компании и получения сертификационных документов на реализацию продукции. Одновременно шли процессы по закупке сырья и пусконаладке линий.

Я самолично тестировал каждый продукт, проводил исследование по потребительским качествам – в общем, доводил до идеала.

В итоге первая партия продукции сошла с производственной линии только в июле 2021 года. Но зато продукция по своим характеристикам ничуть не уступала именитым аналогам. Наступила некоторая эйфория: на моих глазах сбывалась мечта, рождался новый бренд бытовой химии, достойный конкурировать с такими всемирно известными продуктами, как P&G, Synergetic и т. д. Примерно два месяца я упивался своей победой.

– А потом?..

– А потом наступили суровые будни (смеётся). Спустя пару месяцев я осознал, что произвести хороший продукт – это полдела. Его ещё нужно продать. Нас отфутболивали оптовики, сети запрашивали анализ продаж, а откуда ему взяться, если товар только выходит на рынок? За первые полгода мы продали продукции всего на 60 тыс. рублей. Поэтому пришлось начинать кропотливую работу по узнаваемости и развитию отдела продаж. Процесс был долгим и изнурительным, практически методом «тыка» подбирались рекламные инструменты. Да и бюджет был минимальным, старались лишний раз не тратить деньги.

В итоге только к декабрю 2021 года мы добились реализации плана продаж. И вот только, можно сказать, встали на ноги, как наступил март 2022 года: санкции, рост курса доллара и, соответственно, дефицит сырья либо его покупка втридорога. Но хочу обратить особое внимание на то, что мы до конца апреля сдерживали цену на свою продукцию, не повышали её ни на копейку.

Затем на выставке Chemicos нам удалось найти клиентов покрупнее, а также завязать контакты с представителями Российского экспортного центра. Честно сказать, до этой встречи я даже и не представлял, что наше государство может оказывать такую адресную и важную помощь. Нам предложили участие в международных выставках, мы подали документы, прошли обучение по экспортной работе и в июне поехали на Beauty Eurasia в Стамбул. Оттуда мы привезли международные контракты на поставку, в том числе и в европейские страны. Это позволило стабилизировать экономическую ситуацию и развиваться дальше.

– Итак, что представляет собой компания сегодня? В чём её конкурентное преимущество?

– На сегодняшний день наше молодое предприятие обладает производственными мощностями, позволяющими изготавливать до 25 тонн разных составов в сутки, имеет отдельную зону хранения сырья, зону хранения готового продукта, лабораторию, отдел контроля качества, архив, в котором хранятся образцы каждой партии средств, и свои логистические мощности. Все процессы на нашем производстве максимально автоматизированы, а работа нашей команды ориентирована на качество и доступность для нашего клиента.

Одним из основных преимуществ компании является качество нашей продукции: мы используем только проверенное сырьё, его безопасность и химический состав подтверждаются всеми необходимыми документами. Составы разработаны как для профессионального, так и для бытового применения, ничем не хуже аналогов, производимых именно для профессионального использования. За счёт использования стандартизированной тары и недорогих материалов упаковки мы предлагаем потребителю качественный, экономичный и недорогой товар.

– Что входит в линейку продукции SoWhite и в чём её особенности?

– В линейке SoWhite: универсальное моющее средство Progressive, несколько видов жидкого мыла от эконом- и антибактериального до премиум-сегмента, средства для мытья посуды (например, гипоаллергенное CloryPurely), гель для стирки Odor, средства для химчистки, очищения от нагара и жира, концентрированный шампунь для бесконтактной мойки автомобиля SoWhiteRide's и готовый автошампунь, универсальный шампунь для животных под маркой Larpi и многое другое – всего более 50 наименований.

Главная же особенность нашей продукции заключается в отсутствии компонентов, вызывающих аллергию. Основной перечень нашей продукции не содержит в своём составе отдушек и красителей, а это и есть главная причина аллергии. Также мы не используем и другие вещества, вызывающие аллергические реакции.

– Вы также занимаетесь и контрактным производством.

– Да, для этого у нас имеется всё необходимое оборудование: это реакторы, несколько линий розлива, каждая из которых позволяет выпускать до 6000 бутылок в час, производственное этикетировочное оборудование.

Также у нас в штате есть специалисты-технологи, которые могут корректировать существующие рецептуры под нужные параметры. Помимо этого, мы сотрудничаем с рядом НИИ; когда дело касается разработки какой-либо новой продукции – это дела-

ют специалисты высшей категории. Ещё мы помогаем нашим клиентам избежать проблем с регистрацией товарного знака, самой продукции. Есть и специалисты, которые разрабатывают дизайны упаковки.

Кроме того, поскольку мы сотрудничаем со множеством поставщиков тары, то имеем возможность запуска продукции в какой-либо индивидуальной упаковке,

– А как в результате обстоит дело с сетями? Удалось туда попасть?

– Поскольку, как я уже говорил, чтобы туда зайти, нужны анализ розничных продаж и представленность, которых у нас не было в силу нашего недолгого существования, мы открыли свой первый магазин и создали франшизу магазинов, одноимённого бренду SoWhite.

Франчайзинг для нас – это не основное направление, но всё же на данный момент насчитывается порядка 30 магазинов (плюс действующие точки продаж). Мы не пытаемся заработать на продаже франшизы, нам интересен именно факт представленности бренда на рынке, а деньги, полученные в качестве паушального взноса, тратятся на рекламу запускаемой точки.

– Сегодня для многих производителей ориентиром для повышения конкурентоспособности является сертификация в соответствии с добровольными экологическими стандартами.

– Да, мы как раз начинаем работу по добровольной сертификации продукции в соответствии с экологическими стандартами. В ближайшем будущем на всю продукцию появится данное подтверждение. К тому

же мы запускаем сеть магазинов бытовой химии на розлив, общаемся с сетевыми магазинами на тему установки рефил-станций (от англ. refill – «заправка», «дополнение») – это пункты, где покупатели могут приобрести товар в многоразовую тару. Отказ от одноразового использования тары и переход к многоразовой упаковке существенно минимизируют ущерб для окружающей

среды. А для нас экология в приоритете. Я считаю, мы должны стараться сохранить наш мир для будущих поколений. Поэтому, например, вода, применяемая для промывки линии розлива, вторично используется при повторном приготовлении того же продукта, на вентиляционном оборудовании стоят фильтры, снижающие уровень выбросов в атмосферу, а отходы в виде полиэтилена и пластика мы сдаём на станцию переработки. К тому же такие меры позволяют получать значительную экономию.

И если мы говорим о социальной составляющей, то хочу отметить, что для нас очень важна благотворительная деятельность. С самого начала своего существования мы сотрудничаем с различными благотворительными организациями: с центром помощи «Доверие», российским отделением Красного Креста, АНО «Многогранный мир» и другими. Вместе с ними мы помогли детям-сиротам, снабжали беженцев с Украины, раздавали продукцию инвалидам и участвовали в гуманитарных программах для населения ДНР, ЛНР. Помогаем как можем, совсем недавно отвезли партию мощных средств в ожоговый центр в Мариуполе, отправляем крупную поставку в госпитали Новороссии. Я считаю, что, помогая другим людям и не оставаясь в стороне, мы делаем мир чуточку лучше.

– Какие есть планы у молодой и динамично развивающейся компании «Блани»?

– На самом деле планы у нас грандиозные. Это в первую очередь расширение ассортимента торговой марки SoWhite сухими порошками (стиральные порошки, сухие средства для чистки керамики и поверхностей, пятновыводители и т. д.). Помимо этого, проводим анализ производителей клинингового инвентаря (тряпки, щётки, вёдра и пр.) для его выпуска под собственной торговой маркой. Уже даже заключаем договор по некоторым позициям с компанией ART Steel Manufacture: это будут малые предметы интерьера из нержавеющей стали, полочки, держатели, диспенсеры и т. д.

Также намечен выпуск репеллентов и средств личной гигиены под маркой Blanch Foresta. Предполагается, что в неё войдут гели для душа, шампуни для волос, пенки для умывания, а впоследствии – кремы, зубные пасты, пены для бритья и т. п.

Кроме того, планируем развивать марку Larpi в отношении как средств гигиены, так и аксессуаров: поводков, ошейников, одежды для животных.

Да, у нас был довольно сложный старт, мы встретились со многими трудностями, но успешно их преодолели. Главное, что мы остались верны своему основному принципу: наибольшее качество продукции за наименьшую цену. Даже смогли хоть и немного, но сделать мир добрее.



ют специалисты высшей категории. Ещё мы помогаем нашим клиентам избежать проблем с регистрацией товарного знака, самой продукции. Есть и специалисты, которые разрабатывают дизайны упаковки.

Кроме того, поскольку мы сотрудничаем со множеством поставщиков тары, то имеем возможность запуска продукции в какой-либо индивидуальной упаковке,

же мы запускаем сеть магазинов бытовой химии на розлив, общаемся с сетевыми магазинами на тему установки рефил-станций (от англ. refill – «заправка», «дополнение») – это пункты, где покупатели могут приобрести товар в многоразовую тару. Отказ от одноразового использования тары и переход к многоразовой упаковке существенно минимизируют ущерб для окружающей



SOWHITE – THE HIGHEST QUALITY FOR THE LOWEST PRICE

Founded in 2021, the company Blanch has gone from formulation development to opening its own production in one year. Today the company produces professional household chemicals under its own brand SoWhite with a volume of more than 20 tons per day.

We talked to the CEO of Blanch, Andrey Bulanov, about how to open their own production in the most economically difficult times and how to be profitable.

– *Why did you decide to create a business for the production of household chemicals? After all, it is clearly not the freest niche in the market.*

– Yes, indeed, there is no shortage of detergents and cleaners on the market as such. But the fact is that before that I was in the cleaning business. And I, as a manager, was very worried about how to find a good product with a low consumption, and even at a reasonable price. But how much I would not look, I found either something that is inexpensive, but ineffective, or it is good, but it is very expensive.

So the idea arose to organize my own enterprise, producing household chemicals that are affordable to people and comparable in quality to imported counterparts. As the saying goes, you want to do well, do it yourself. I started to think about it in January 2020. I began an active search for manufacturing facilities, development of receipts and technological processes for future products of the company, and analysis of the market situation.

– *And then came the pandemics and lockdowns.*

– Yes, life has made fundamental adjustments to all business plans, which

subsequently did not materialize. But nevertheless, we did not abandon the idea. While everyone was sitting at home, I researched the market of industrial equipment and selected it for future production, found a room and brought it into working order. As a result, in spite of the difficulties, the first samples of products were made – although on self-made equipment and in very small batches.

And when the quarantine measures went down, part of the equipment had already been purchased and installed, the period of company registration and obtaining certification documents for the sale of products began. At the same time the processes of purchasing raw materials and commissioning lines were going on.

I tested every product, conducted research on consumer properties, in general, brought them to perfection.

As a result, the first batch came off the production line only in July 2021. But the products were not inferior in their characteristics to their famous analogues. There came a certain euphoria – in front of my eyes the dream was coming true, a new brand of household cleaning products, worthy to compete with such world famous products

as P&G, Sinergetic, etc. For about two months I reveled in my victory.

– *And then?..*

– And then came the harshness of everyday life (*laughs*). After a couple of months I realized that to make a good product is half the battle. It also needs to be sold. Wholesalers refused us, chains asked for a sales analysis, and where to get it, if the product is just entering the market? In the first six months, we sold only 60,000 roubles worth of products. So we had to begin painstaking work on recognition and development of the sales department. The process was long and exhausting, practically by “trial and error”, we selected advertising tools. And the budget was minimal, we tried not to spend money unnecessarily.

As a result, only by December 2021 we have achieved the sales plan. Once we have gained stability, we get to March 2022. Sanctions, the growth of the dollar and, accordingly, a deficit of raw materials, or the purchase of raw materials at triple the cost. But I especially want to point out that we kept the price of our products down until the end of April and did not raise it one penny.

Then, at the Chemicos exhibition, we managed to find some bigger clients and establish contacts with representatives of the Russian Export Center. To be honest, before this meeting, I had no idea that our state could provide such targeted and important assistance. We were offered participation in international exhibitions, we submitted documents, received training in export work, and in June went to Beauty Eurasia in Istanbul. We signed international supply contracts, including to European countries, which allowed us to stabilize the economic situation and develop further.

– So what is the company today? And what is its competitive advantage?

– Today our young company has production facilities that allow it to produce up to 25 tons of different compositions per day, a separate raw material storage area, a finished product storage area, a laboratory and quality control department, an archive where samples of each batch of products are stored, and our own logistics facilities. All processes in our production are automated as much as possible, and the work of our team is focused on quality and availability for our client.

One of the main advantages of our company is the quality of our products – we use only tested raw materials, their safety and chemical composition is confirmed by all the necessary documents. The compositions are designed for both professional and domestic use, no worse than analogues produced specifically for professional use. By using standardized containers and inexpensive packaging materials, we offer the consumer a high-quality, economical and inexpensive product.

– What is included in the SoWhite product line and what are its features?

– The SoWhite product line includes a universal detergent Progressive, several kinds of liquid soaps from the economy and antibacterial to the premium segment, dishwashing detergents like hypoallergenic CloryPurely, laundry gel Odor, dry cleaners, Dry cleaners and grease removers, SoWhiteRide's concentrated touchless car wash shampoo and ready-to-use car shampoo, Lapki universal pet shampoo and much more – more than 50 items in total.

The main feature of our products is the absence of components that cause allergies. The main list of our products does not contain perfumes and dyes, which are the main cause of allergies, and we do not use other substances that cause allergic reactions.

– You are also engaged in contract manufacturing.

– Yes, we have all the necessary equipment for that: reactors, several filling lines, each of which allows producing up to 6000 thousand bottles per hour, and efficient labeling equipment.

We also have technologists on staff who can adjust existing formulations to the required parameters. Besides we cooperate with a number of research institutes, and when it comes to development of any new products our specialists are top-notch specialists. We also help our clients avoid problems with trademark and product registration. There are also specialists who develop packaging designs.

Besides, since we cooperate with a lot of packaging suppliers, we have an opportunity to launch products in any individual packaging to achieve even better brand recognition.

And for large companies we are now launching a new souvenir product, which can also be attributed to the production under the CTM – gift sets with the customer's brands in a unique gift pack.



– What about the networks, did you manage to get there?

– Since, as I said, to get there you need an analysis of retail sales and representation, which we did not have due to our short existence, we opened our first store and created a franchise of stores under the SoWhite brand.

Franchising is not our main focus, but we still have about 30 stores plus existing outlets at the moment. We are not trying to make money by selling franchises, we are interested in the fact that the brand is represented in the market, and the money received as a lump sum payment is spent on advertising the launched store.

– Today, certification in accordance with voluntary environmental standards is a benchmark for many manufacturers to improve their competitiveness.

– Yes, we are just beginning work on voluntary certification of products in accordance with environmental standards. In the near future all products will have this confirmation, in addition, we are launching a network of household detergent bottling

stores. We are communicating with chain stores on the subject of installation of refill stations. (a place where customers can buy products in reusable containers). Abandoning single-use containers and switching to reusable packaging significantly minimizes damage to the environment. And for us, the environment is a priority. I think we should try to preserve our world for future generations.

That is why, for example, the water used to flush the bottling line is reused to reconstitute the same product, the ventilation equipment has filters that reduce emissions into the atmosphere, and the waste in the form of polyethylene and plastic we deliver to a recycling station. In addition, such measures allow us to obtain significant savings.

And if we're talking about the social component, I'd like to note that charitable activities are very important to us. From the very beginning we have been cooperating with various charitable organizations: the Doveriye help center, the Russian branch of the Red Cross, the Multifaceted World, and others. Together with them we helped orphans, supplied refugees from Ukraine, distributed products to disabled people and participated in humanitarian programs for the population of DNR, LNR. We help as much as we can, most recently we took a batch of detergents to the burn center in Mariupol and sent a large shipment to hospitals in Novorossiia. I believe that by helping other people and not standing aside, we are making the world a little bit better.

– What plans does the young and dynamic company Blanch have?

– In fact, we have grand plans. This, first and foremost, is expanding the range of the SoWhite brand with dry powders: laundry detergents, dry cleaning products for ceramics and surfaces, stain removers and so on. In addition, we carry out analysis of manufacturers of cleaning equipment (rags, brushes, buckets, etc.) for its production under our own brand. We have already signed a contract for certain items with ART Steel Manufacture, it will be small interior stainless steel items, shelves, holders, dispensers and so on.

There are also plans to produce repellents and personal care products under the Blanch Foresta brand. It is assumed that it will include shower gels, shampoos for hair, foams for washing, and later creams, toothpastes, shaving foam, etc.

In addition, we plan to develop the brand Lapki – both hygiene products and accessories: leashes, collars, clothing for animals.

Yes, we had quite a difficult start, we encountered many difficulties, but we overcame them successfully. And the main thing is that we have remained faithful to our basic principle – the highest quality for the lowest price. And we even managed to make the world a kinder place, even if just a little bit.

«ПРОФКОСМЕТИК»: новая страница косметической отрасли

Компания «ПрофКосметик» начала свою деятельность в июне 2021 года. Несмотря на непродолжительное время своего существования, она успела обрести репутацию на косметическом рынке как самостоятельный бренд и производственная площадка для изготовления косметики других брендов.

«Я давно работала в косметической сфере. Начинала свой профессиональный путь рядовым технологом. Позже начала занимать руководящие должности: начальник лаборатории, главный технолог, разработчик. Когда накопленный опыт можно было назвать солидным, мы с супругом открыли собственную компанию, где он является генеральным директором, а я – главным технологом», – рассказывает Ольга Смылова.

Сегодня производственные мощности компании базируются на трёх котлах, трёх разливочных частях, в которые разливаются шампуни, двух датирующих линиях, двух этикетировщиков и дополнительном разливочном аппарате. В настоящий момент в компании работает 10 человек.

«Объёмы нашего производства достаточно внушительные, – поясняет Ольга Александровна. – Речь идёт о 100 000 единиц продукции в месяц. Мы варим косметику как для очень крупных сетей, так и для небольших компаний, которые только начинают свой путь и не могут позволить себе открыть собственное производство».

Кстати, к разговору о мечте запустить собственную косметическую линейку. Одного желания и знания технологии, оказывается, недостаточно. Открытие производства сопряжено с большими финансовыми вложениями и необходимостью контроля всех процессов.

«Недостаточно иметь поверхностные знания. Необходимо понимать процесс от и до, но и этого мало! Вы должны быть готовы заменить любого сотрудника на производстве, если он заболел. Потому что процесс варения косметики непрерывен, а также невозможен без полного штата сотрудников, где у каждого есть свои обязанности», – прокомментировала особенности производственного процесса Ольга Александровна.

Собственный бренд OLJE

Косметика OLJE представлена четырьмя линейками:

- профессиональные средства для ухода за волосами;
- продукция, созданная по старинным рецептам;



Компания
«ПрофКосметик»
стала победителем
межрегионального
конкурса
«Нежный грант – 2022».

- мужская косметика – шампуни и бальзамы для волос, гели для бритья и после него;

- детские шампуни, особенно любимы шиеся покупателям и создателю бренда.

Продукция получила положительные оценки покупателей за высокое качество.

«Мы активно работаем с такими маркетплейсами, как Wildberries и Ozon. Помимо этого, мы представлены в сетевых магазинах Краснодарского края: «Золушка», «Шпилька», «Золотое яблоко». Особого секрета создания у нашей продукции нет. Мы используем только качественное сырьё и гарантируем самое высокое качество продукции. Строим большие планы и планируем выйти на сетевые магазины, расположенные на территории всей нашей страны», – поделилась Ольга Александровна.

Производство для других брендов

Производственные услуги «ПрофКосметик» пользуются особым спросом среди предпринимателей косметической отрасли, и это неудивительно! Крупные производители не всегда способны справиться с большими объёмами производства и обращаются к услугам сторонних

компаний, а «ПрофКосметик» зарекомендовала себя как надёжный партнёр и ответственный исполнитель. Но разве только крупные игроки бизнеса могут нуждаться в помощи?

Ответила Ольга Смылова: «Мы уже обсуждали, что поверхностных знаний для создания хорошей косметической линейки недостаточно. У нас есть клиенты, которые захотели создать уникальный продукт, но абсолютно не представляли, как можно организовать производственный процесс. Они обращались к нам со своими идеями и предложениями. Со своей стороны, мы отработываем рецептуру под ключ и запускаем линейку на производство. Нашему клиенту остаётся только получать готовую партию и по желанию контролировать рабочие процессы, убеждаясь в том, что всё идёт так, как нужно».

Бывает, что клиент имеет хорошие технологические знания в области косметики, но ведь запуск собственного производства – чаще всего трудоёмкая и финансово затратная история. Поэтому представители других косметических компаний обращаются к нам за производственными мощностями.

Мы производим косметику для всех: от крупных аптечных сетей с самыми высокими стандартами качества до индивидуальных предпринимателей, только начинающих входить на косметический рынок. На этом мы не собираемся останавливаться и ставим перед собой самые амбициозные цели: выход на крупные сетевые продажи и увеличение клиентской базы среди предпринимателей!»

Беседовала Виктория Лукьянова

ProfCosmetic has been in business since June 2021. Despite its short existence, it has managed to gain a reputation on the beauty market as an independent brand and a production platform for other brands' cosmetics. "I have worked in the beauty industry for a long time. I started my professional journey as an ordinary technologist. Later on, I started to hold managerial positions: head of laboratory, chief technologist, developer. When we gained a solid experience, my husband and I opened our own company, where he is CEO and I am Chief Technologist", says Olga Smyslova.

Today, the company's production capacity is based on three boilers, three filling units used to pour the shampoo, two dating lines, two labelers and an additional filling machine. The company currently employs 10 people.

"Our production volumes are quite impressive," Mrs. Smyslova explains. "We make cosmetics both for very large chains and for smaller companies who just begin their business and cannot afford to open their own production."

Speaking of the dream to launch own line of cosmetics – it turns that willingness and knowledge of the technology are not enough for this venture. Opening a production facility



PROFCOSMETIC: a new page of the beauty industry

involves a large financial investment and the need to control all processes.

"It is not enough to have superficial knowledge. You have to understand the process from start to finish, but even this is not enough! You have to be ready to replace any employee in production if they fall ill. Because the process of brewing cosmetics is continuous and also impossible without a full staff, where everyone has their own duties," Olga comments on the peculiarities of the production process.

Own brand OLJE

OLJE cosmetics is represented by four lines:

- professional hair care products;
- products based on ancient recipes;

ProfCosmetic won the interregional Tender Grant 2022 competition.

- men's cosmetics – shampoos and conditioners, shaving gels and after shaves;
- children's shampoos, particularly loved by customers and the brand's creator.

The products have been positively evaluated by customers for their high quality.

"We work actively with such marketplaces as Wildberries and Ozon. In addition, we have presence in chain shops in the Krasnodar region: Zolushka, Shpilka, Golden Apple. There is no special secret about our products. We use only high-quality raw materials and ensure the highest quality

products. We have big plans and intend to enter the chain shops located throughout Russia," says Olga.

Production for other brands

ProfCosmetic's production services are in great demand among entrepreneurs in the cosmetics industry, and it is no surprise! Large manufacturers are not always able to cope with large volumes of production and turn to third-party companies, while ProfCosmetic has established itself as a reliable partner and responsible performer. However, do only big business players need help?

Olga Smyslova answers: "We have already discussed that superficial knowledge is not enough to create a good cosmetics range. We have clients who were looking to create a unique product, but had absolutely no idea how to organize the production process. They have come to us with their own ideas and suggestions. In turn, we work out the recipe on a turnkey basis and put the line into production. All our customer has to do is to receive the finished batch and monitor the workflow as required to ensure that everything runs as it should.

It may be that the customer has good technical knowledge of cosmetics, but launching their own production is often a time-consuming and costly affair. This is why representatives of other cosmetics companies turn to us for production facilities.

We produce cosmetics for everyone: from large pharmacy chains with the highest quality standards to individual entrepreneurs that just enter the beauty market. We don't intend to stop there. We have set our most ambitious goals: to reach the major chains and increase our customer base among entrepreneurs!"

The interview was taken by Victoria Lukyanova

При поддержке:



Организатор:



8-11 НОЯБРЯ 2022

МОСКВА,
ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

Место проведения:



Генеральный
информационный партнер:



28-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ ВЫСТАВКА



Оборудование и технологии
для металлургии
и металлообработки
МеталлургМаш'2022



Металлопродукция
и металлоконструкции
для строительной отрасли
МеталлСтройФорум'2022



Транспортные
и логистические услуги
для предприятий ГМК
МеталлТрансЛогистик'2022

МЕТАЛЛ ЭКСПО 2022

12+

Оргкомитет выставки:
тел./факс +7 (495) 734-99-66

www.metal-expo.ru