

20/111 Сентябрь 2020



With the
support of the
CCI of Russia

www.tpprf.ru •

12+

Business DIALOG Media

RBC

Russian Business Guide



ENG+RUS

MERCEDES-BENZ:

ЭФФЕКТИВНОЕ ПРОИЗВОДСТВО
В УСЛОВИЯХ НОВОЙ
ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ

SELECTY:

УЙТИ НА «УДАЛЁНКУ»
ЗА ОДИН ДЕНЬ БЕЗ ПОТЕРЬ

«САЛЫМ ПЕТРОЛЕУМ»:

«В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ
РАБОТАЕМ НА ОПЕРЕЖЕНИЕ!»

ДЕНИС НАЗАРОВ:

«В КРИЗИС
ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ
ВЫСТУПИЛИ
ЕДИНЫМ ФРОНТОМ»

Карта распространения печатной и электронной версии по структурам и ведомствам:
83 администрации губернаторов РФ;
88 региональных торгово-промышленных палат; 36 корпораций развития регионов; Торгово-промышленная палата Российской Федерации;
Правительства регионов;

Деловые советы:

- Российско-Японский деловой совет
- НП «Российско-Китайский деловой совет»
- АНО «Российско-Турецкий деловой совет»
- Российско-Южнокорейский деловой совет
- НП «Деловой совет по сотрудничеству с Индией»
- Российско-Таиландский деловой совет
- Российско-Иранский деловой совет
- АНО «Деловой совет по сотрудничеству с Афганистаном»
- НП «Деловой совет по сотрудничеству с Вьетнамом»
- Российско-Сингапурский деловой совет
- Деловой совет по сотрудничеству с Индонезией
- Деловой совет по сотрудничеству с Пакистаном
- Российско-Филиппинский деловой совет
- Комитет по экономическому сотрудничеству со странами Азии и Океании
- Деловой совет по сотрудничеству с Малайзией
- Совет предпринимателей Россия-Аргентина
- Деловой совет Россия-Бразилия
- Деловой совет Россия-Куба
- Комитет предпринимателей Россия-Мексика
- Российско-Чилийский деловой совет
- Деловой совет БРИКС
- Деловой совет ШОС

Зарубежные ТПП:

- ТПП Азербайджанской Республики
- ТПП Республики Армения
- Белорусская ТПП
- Внешнеторговая палата Казахстана
- ТПП Кыргызской Республики
- ТПП Республики Молдова
- ТПП Республики Таджикистан
- ТПП Республики Туркменистан
- ТПП Республика Узбекистан
- ТПП Украины
- ТПП Грузии
- Федеральная палата экономики Австрии
- Союз ТПП Албании
- Бельгийско-Люксембургская торговая палата
- Болгарская Торгово-промышленная палата
- Болгаро-Российская Торгово-промышленная палата
- Внешнеторговая палата Боснии и Герцеговины
- Венгерская Торгово-промышленная палата
- Объединение торгово-промышленных палат Германии

- Федерация торговых палат Израиля
- Федерация индийских ТПП
- Исландская торговая палата
- Торговая палата Испании
- Латвийская Торгово-промышленная палата
- Ассоциация торгово-промышленных и ремесленных палат Литвы
- Конференция промышленников Литвы
- Македонско-Российская Торгово-промышленная палата
- Норвежско-Российская торговая палата (НРТП)
- Польская хозяйственная палата
- Российско-Германская внешнеторговая палата
- Хозяйственная палата Сербии
- Словацкая Торгово-промышленная палата
- Торгово-промышленная палата Республики Словения
- Союз палат и бирж Турции (ТОБВ)
- Центральная торговая палата Финляндии
- Хозяйственная палата Хорватии
- Экономическая палата Чешской Республики
- Хозяйственная палата Черногории (ХПЧ)
- Российско-Британская торговая палата
- Итало-Российская торговая палата
- Представительство хозяйственной палаты Сербии в Москве
- Представительство Норвежско-Российской торговой палаты в Москве
- Представительство хозяйственной палаты Хорватии в России
- Представительство Болгаро-Российской ТПП в России
- Всемирная федерация торговых палат
- Российский национальный комитет Международной торговой палаты
- Ассоциация торгово-промышленных палат европейских стран «Европалата»
- Конфедерация ТПП стран АТР
- Азиатский форум БОАО (BAF)

Федеральные ведомства:

- Федеральное агентство по делам

Содружества Независимых Государств, соотечественников, проживающих за рубежом, и по международному гуманитарному сотрудничеству (Россотрудничество)

- Федеральная служба по военно-техническому сотрудничеству (ФСВТС России)
- Федеральная служба по техническому и экспортному контролю Российской Федерации (ФСЭК России)
- Федеральная служба исполнения наказаний (ФСИН России)
- Федеральная служба судебных приставов (ФССП России)
- Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения (Росздравнадзор)
- Федеральное медико-биологическое агентство (ФМБА России)
- Федеральное агентство по туризму (Ростуризм)
- Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (Рособрнадзор)
- Федеральное агентство по делам молодёжи (Росмолодёжь)
- Федеральная служба по гидрометеоро-

логии и мониторингу окружающей среды (Росгидромет)

- Федеральная служба по надзору в сфере природопользования (Росприроднадзор)
- Федеральное агентство водных ресурсов (Росводресурсы)
- Федеральное агентство лесного хозяйства (Рослесхоз)
- Федеральное агентство по недропользованию (Роснедра)
- Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт)
- Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
- Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям (Роспечать)
- Федеральное агентство связи (Россвязь)
- Федеральная служба по ветеринарному и фитосанитарному надзору (Россельхознадзор)
- Федеральное агентство по рыболовству (Росрыболовство)
- Федеральная служба по надзору в сфере транспорта (Ространснадзор)
- Федеральное агентство воздушного транспорта (Росавиация)
- Федеральное дорожное агентство (Росавтодор)
- Федеральное агентство железнодорожного транспорта (Росжелдор)
- Федеральное агентство морского и речного транспорта (Росморречфлот)
- Федеральная служба по труду и занятости (Роструд)
- Федеральная налоговая служба (ФНС России)
- Федеральная таможенная служба (ФТС России)
- Федеральное казначейство (Казначейство России)
- Федеральная служба по аккредитации (Росаккредитация)
- Федеральная служба государственной регистрации, кадастра и картографии (Росреестр)
- Федеральная служба государственной статистики (Росстат)
- Федеральная служба по интеллектуальной собственности (Роспатент)
- Федеральное агентство по управлению государственным имуществом (Росимущество)
- Посольство Австралии
- Посольство Австрийской Республики
- Посольство Аргентинской Республики
- Посольство Исламской Республики Афганистан
- Посольство Королевства Бельгии
- Торговое представительство Венгрии
- Генеральное консульство Франции
- Торговое представительство Египта
- Торговое представительство Малайзии
- Торговое представительство Южной Кореи
- Торговое представительство Румынии
- Торговое представительство Сингапура
- Торговое представительство Словацкой Республики
- Торгово-экономический отдел торгового представительства посольства Таиланда.

Russian Business Guide

www.rbgmedia.ru

Деловое издание, рассказывающее о развитии, отраслях, перспективах, персоналиях бизнеса в России и за рубежом.

12+

Учредитель и издатель:

ООО «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА»

при поддержке ТПП РФ

Редакционная группа:

Максим Фатеев, Вадим Винокуров,

Наталья Чернышова

Главный редактор:

Мария Сергеевна Суворовская

Редактор номера:

София Антоновна Коршунова

Заместитель директора по коммерческим вопросам:

Ирина Владимировна Длугач

Дизайн/вёрстка: Александр Лобов

Перевод: Мария Ключко

Отпечатано в типографии ООО «ВИВА-СТАР»,

г. Москва, ул. Электровзводская, 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 №ФС77-65967 от 6 июня 2016.

Russian Business Guide № 20/111 Сентябрь 2020

Подписано в печать 31.08.2020 г.

Тираж: 30000

Цена свободная.

Использованы фотографии:

Александр Юрьевич Падежов

Russian Business Guide

www.rbgmedia.ru

Business publication about development, industries, prospects, business personalities in Russia and abroad.

12+

Founder and publisher:

BUSINESS DIALOG MEDIA LLC

with the support of the CCI of Russia

Editing Group: Maxim Fateev,

Vadim Vinokurov, Natalia Chernyshova

The editor-in-chief: Maria Sergeevna Suvorovskaya

Managing Editor: Sofiya Antonovna Korshunova

Deputy Marketing Director: Irina Vladimirovna Dlugach

Designer: Alexandr Lobov

Translation: Maria Klyuchko

Printed in the printing house of VIVASTAR LLC, Moscow,

ul. Elektrovzvodskaya, 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 office

of the publication Business-Diialog 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-Diialog Media LLC

Registered by the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology, and Mass Media. The mass media registration certificate

PI # FS77-65967 from June 6, 2016.

Russian Business Guide № 20/111 September 2020

Passed for printing on 31.08.2020

Edition: 30000 copies

Open price

Photos used: Padezhov Alexander Yuryevich

ОФИЦИАЛЬНО. OFFICIALLY

- 2 ВЛАДИМИР ПЛАТОНОВ, ПРЕЗИДЕНТ МТПП: «ВИРТУАЛЬНЫЕ ВЫСТАВКИ ПОВЕРХ БАРЬЕРОВ»
VLADIMIR PLATONOV, PRESIDENT OF THE MCCI: "VIRTUAL EXHIBITIONS OVER THE BARRIERS"

ЛИЦО С ОБЛОЖКИ. COVER STORY

- 6 ДЕНИС НАЗАРОВ: «В КРИЗИС ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ ВЫСТУПИЛИ ЕДИНЫМ ФРОНТОМ»
DENIS NAZAROV: "ENTREPRENEURS SHOWED A UNITED FRONT DURING THE CRISIS"

ИНДЕКС КАЧЕСТВА. QUALITY INDEX

- 12 «ХИРАНА+»: ЧТОБЫ ВДОХНУТЬ ЖИЗНЬ
"CHIRANA+": TO BREATHE LIFE INTO
- 18 «АВТОТОР»: СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА
AVTOTOR: SOCIAL RESPONSIBILITY AND NEW OPPORTUNITIES DURING THE CRISIS
- 24 ОЛЕГ АКИЛБАЕВ, «СЕТЕС КОСМЕТИКС»: «У НАС ЕСТЬ ЧЕМ ПОРАДОВАТЬ ПОКЛОННИКОВ БРЕНДА ORIFLAME!»
OLEG AKILBAEV, CETES COSMETICS: "WE HAVE SOMETHING TO PLEASE THE FANS OF THE ORIFLAME BRAND!"
- 30 АНДРЕЙ РЕВКОВ, «ФРИГОГЛАСС ЕВРАЗИЯ»: «В КОРОНАКРИЗИС МЫ ДЕЛАЛИ БОЛЬШЕ, ЧЕМ БЫЛО ВОЗМОЖНО, И ПОБЕДИЛИ!»
ANDREY REVKOV, FRIGOGLOSS EURASIA: "WE GOT IN FRONT OF OURSELVES DURING THE CORONACRISIS AND WON!"
- 34 УЙТИ НА «УДАЛЁНКУ» ЗА ОДИН ДЕНЬ БЕЗ ПОТЕРЬ
TO GO "ONLINE" IN ONE DAY WITHOUT CASUALTIES

ЛИДЕРЫ ОТРАСЛИ. INDUSTRY LEADERS

- 36 ЗАВОД «МЕРСЕДЕС-БЕНЦ»: ЭФФЕКТИВНОЕ ПРОИЗВОДСТВО В УСЛОВИЯХ НОВОЙ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ
MERCEDES-BENZ PLANT: EFFICIENT PRODUCTION IN THE NEW NORMALITY
- 38 «САЛЫМ ПЕТРОЛЕУМ»: «В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ РАБОТАЕМ НА ОПЕРЕЖЕНИЕ!»
SALYM PETROLEUM: "PROACTIVELY MOVING AHEAD DURING THE PANDEMIC!"

ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА. IN THE FIRST PERSON

- 40 ОЛЕГ КАРЦОВ: «МЫ БУДЕМ ДВИГАТЬСЯ ДАЛЬШЕ, РАЗВИВАТЬСЯ И ПОМОГАТЬ ДРУГ ДРУГУ!»
OLEG KARTSOV: "WE WILL KEEP ON MOVING, DEVELOPING AND HELPING EACH OTHER!"
- 46 РОД ТУВАЕВ, ALLIANCE LEGAL CG; АРКАДИЙ ТАМАЕВ, ГК «ССТ»: «КРИЗИС – ВРЕМЯ НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ!»
ROD TUVAEV, ALLIANCE LEGAL CG; ARKADY TAMAIEV, CG SST: "CRISIS IS AN AGE OF NEW OPPORTUNITIES!"

Business DIALOG Media

RBG
Russian Business Guide



**Владимир Платонов,
президент МТПП:**

«Виртуальные выставки поверх барьеров»

ВИРТУАЛЬНЫЕ ВЫСТАВКИ МОСКОВСКОЙ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННОЙ ПАЛАТЫ ВКЛЮЧЕНЫ ЕВРОПЕЙСКОЙ ПАЛАТОЙ В ПЕРЕЧЕНЬ ЛУЧШИХ КОНТИНЕНТАЛЬНЫХ ПРАКТИК ПОДДЕРЖКИ БИЗНЕСА В ПЕРИОД КОРОНАВИРУСА. ЭТО ВТОРОЙ СЕРЬЁЗНЫЙ УСПЕХ ЦИФРОВЫХ ПРОЕКТОВ МОСКОВСКОЙ ТПП НА МЕЖДУНАРОДНОЙ АРЕНЕ: ГОД НАЗАД ПРЕДСТАВЛЕННЫЙ МТПП МЕЖДУНАРОДНЫЙ B2B-МАРКЕТПЛЕЙС ДЛЯ ЧЛЕНОВ ПАЛАТ «БИЗНЕС-МАРКЕТ» НА ВСЕМИРНОМ КОНГРЕССЕ ТПП ВЫШЕЛ В ФИНАЛ КОНКУРСА ПРОЕКТОВ, РАЗВИВАЮЩИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО.

Совсем недавно нашу интернет-платформу в Рио все воспринимали как удачное современное дополнение традиционным B2B-контактам. Все говорили, что электронная торговля активно конкурирует с традиционной, а цифровые технологии постепенно замещают обычные офлайн-овые. Кто же мог тогда предположить пандемию и вынужденный мгновенный уход бизнеса в виртуальное пространство! Целые гигантские отрасли в одночасье оказались парализованы. Одна из них – конгрессно-выставочная. Подумать только: с середины позапрошлого века, с первых Всемирных выставок в Лондоне и Париже, смотры являлись местами концентрации передовых бизнес-проектов, служили развитию предпринимательства, промышленности, науки во всём мире. И вдруг всё замерло.

Из-за ограничений большинство выставок были отменены или перенесены, что нанесло очевидный вред компаниям, для которых такие мероприятия являются основным каналом привлечения партнёров и клиентов. В связи с этим МТПП разработала новый цифровой инструмент для проведения выставок в виртуальном пространстве, и мы решили предложить на время остановки традиционных экспозиций формат их проведения в онлайн, поскольку наша платформа «Бизнес-маркет» чрезвычайно для этого удобна. Конечно, Zoom и тому подобные ресурсы не заменяют полностью живое общение «глаза в глаза», но с помощью своих смартфонов предприниматели могут совершить виртуальную экскурсию по кибергенерируемой торговой ярмарке, провести переговоры, заключить контракт.

Первый же опыт оказался успешным. Фестиваль франшиз в течение 11 лет ежегодно собирал множество участников и посетителей в традиционном формате. Перейдя в онлайн, форум за два дня собрал 18156 посетителей. 3D-выставку посетил 6121 пользователь. Каждый из них в среднем просмотрел за посещение три страницы-стенда. На технологический сервис МТПП «Бизнес-маркет» (на платформе была развёрнута экспозиция) поступило свыше 20 запросов на покупку франшиз. Общая продолжительность деловой программы составила более 12 часов. Суммарно зафиксировано 1152 зрителя деловой программы в прямом эфире.

После того как в конце апреля первая выставка завершилась явным успехом, мы сразу же получили несколько заявок на проведение новых экспозиций, сформировался «лист ожидания».

Виртуальная выставка «Туризм и народные промыслы Республики Коми», целью которой было развитие туристического потенциала этого региона, сильно по-

страдавшего от коронавируса, собрала экспозиции от 30 крупнейших местных компаний, представивших разнообразные продукты по различным видам туристических направлений, в том числе таких, как этнографический, промышленный, сельский, паломнический и гастрономический туризм. Выставка стала для находящегося сейчас в режиме ожидания и перезагрузки турбизнеса откровением: неслучайно беспристрастная статистика зафиксировала наибольшее количество посещений из потенциальных туристических «доноров» – Москвы, Санкт-Петербурга, Архангельской и Кировской областей, а также других государств – Казахстана, Белоруссии, Украины.

Организаторы выставки уже мечтают о будущем: например, расширить число участников и докладчиков путём привлечения других заинтересованных в туристах регионов; организовать B2B-зону деловых контактов, где компании могли бы назначать друг другу и проводить онлайн-встречи; готовить виртуальные стенды не только на русском, но и на английском языке – этот шаг позволил бы заинтересовать турагентства зарубежных стран.

Затем на ресурсах «Бизнес-маркета» с не меньшим успехом прошёл второй тур Фе-

стиваля франшиз, а в августе продукцию ведущих отечественных брендов представит Московский ювелирный подиум.

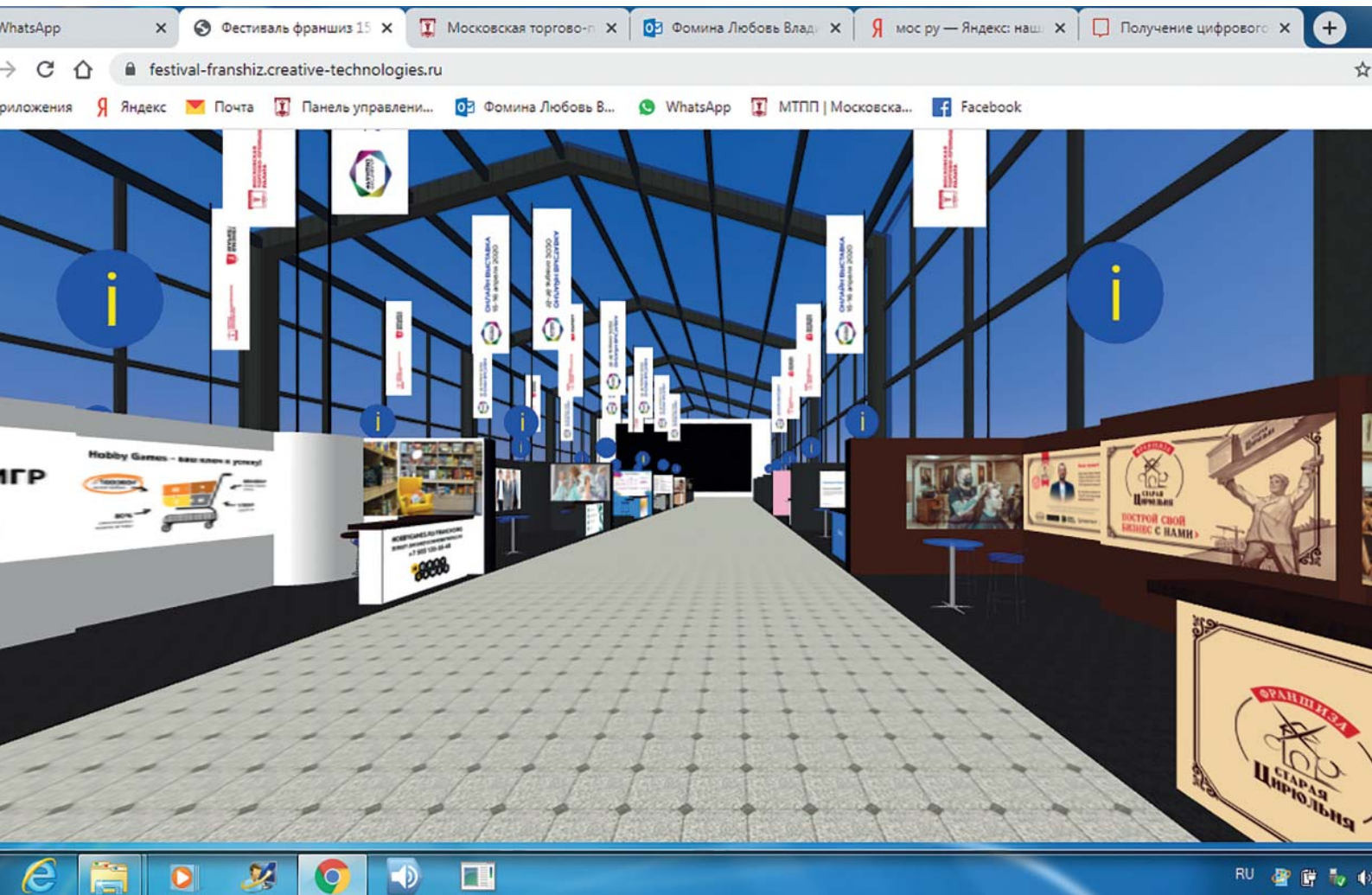
Да, глобально формат онлайн-выставок ещё до конца не сформировался, стандартов не существует, потому первопроходцам приходится изобретать его с нуля, экспериментировать, тестировать гипотезы, фиксировать удачные решения и отказываться от неудачных.

Но, представляя год назад «Бизнес-маркет» в Рио-де-Жанейро, мы тоже говорили о первом опыте создания маркетплейса как внутреннего рынка мировой экосистемы торгово-промышленных палат. За год наш проект показал свою востребованность: к платформе «Бизнес-маркет» присоединилось более полусотни ТПП, входящих в САСЦИ – Конфедерацию торговых палат Азиатско-Тихоокеанского региона. Особое внимание сейчас уделяется развитию направления коммерческих тендеров (заявок на подбор оптимального поставщика/подрядчика), а также усилению основного преимущества площадки – подтверждению палатами достоверности информации о размещённых компаниях. На данный момент ни один документ (лицензия, сертификат, грамота и т.д.) не публикуется на «Биз-

нес-маркете» без предварительного подтверждения со стороны ТПП. Благодаря этому посетители площадки могут быть уверены, что опубликованные документы не подделаны. Это ноу-хау, которое, уверен, станет откровением для многих рынков.

Как и виртуальные выставки. Часто возникает вопрос: не собираемся ли мы совершить экспансию, пытаясь разрушить современную конгрессно-выставочную систему и увести выставки из офлайна в онлайн? Но это даже не смешно. Виртуальные экспозиции не смогут полностью заменить традиционные выставки «в реале», но могут их отлично дополнить. Через некоторое время все пандемические ограничения снимутся, на предпринимателя обрушится настоящий вал отложенных, отменявшихся, переносившихся мероприятий, охватить которые будет просто невозможно. И здесь дублирующие виртуальные выставки покажут свою необходимость и полезность уже и «в мирное время». Мы приглашаем торгово-промышленные палаты российских регионов присоединиться к нашей работе.

Владимир Платонов,
президент МТПП



A full-page photograph of Vladimir Platonov, President of the MCCI. He is a middle-aged man with a shaved head and a light beard, wearing a dark blue suit, a white shirt, and a red patterned tie. He is smiling and holding a black mobile phone to his ear with his left hand. He is standing in an office, with a desk in front of him. On the desk, there is a large black office phone, some papers, and a pair of glasses. The background shows a patterned curtain and a white wall.

**Vladimir Platonov,
President of the MCCI:**

**“Virtual exhibitions
over the barriers”**

VIRTUAL EXHIBITIONS OF THE MOSCOW CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY ARE INCLUDED BY THE EUROPEAN CHAMBER IN THE LIST OF THE BEST CONTINENTAL BUSINESS SUPPORT PRACTICES DURING THE CORONAVIRUS PERIOD. THIS IS THE SECOND MAJOR SUCCESS OF THE DIGITAL PROJECTS OF THE MOSCOW CCI ON THE INTERNATIONAL ARENA: A YEAR AGO, THE INTERNATIONAL B2B MARKETPLACE BUSINESS MARKET PRESENTED BY THE MCCI FOR MEMBERS OF THE CHAMBERS AT THE WORLD CONGRESS OF CCIS REACHED THE FINAL OF THE COMPETITION FOR PROJECTS THAT DEVELOP ENTREPRENEURSHIP.

More recently, our online platform in Rio has been widely seen as a successful modern addition to traditional B2B contacts. Everyone believed that e-commerce is actively competing with traditional ones, and digital technologies are gradually replacing conventional offline ones. Who could then have predicted a pandemic and the forced immediate shift of business to the virtual space! Entire giant industries were paralyzed overnight. One of them is the congress and exhibition activity. Just think: since the middle of the century before last, since the first World Exhibitions in London and Paris, such shows have been places of concentration of advanced business projects, they have served the development of entrepreneurship, industry, science around the world. And suddenly everything froze.

Due to restrictions, most exhibitions were canceled or postponed, which caused obvious harm to companies for which such events are the main channel for attracting partners and clients. In this regard, the MCCI has developed a new digital tool for holding exhibitions in the virtual space, and we decided to offer an online format for traditional exhibitions, since our Business Market platform is extremely convenient for this. Of course, Zoom and similar resources do not completely replace face-to-face communication, but with the help of smartphones, entrepreneurs can take a virtual tour of a cyber-generated trade fair, negotiate, and sign a contract.

The first experience proved to be successful. The Festival of Franchises has attracted many participants and visitors every year for 11 years in a traditional format. Going online, the forum gathered 18,156 visitors in two days. The 3D exhibition was attended by 6121 users. Each of them viewed on average three stand-pages per visit. The service of the MCCI Business Market (the exposition was deployed on this platform) received over 20 requests to purchase franchises. The total duration of the business program was over 12 hours. A total of 1152 viewers of the business program were recorded live.

After the first exhibition at the end of April ended with a clear success, we immediately received several applications for new exhibitions, and a "waiting list" was formed.

The virtual exhibition Tourism and Folk Crafts of The Komi Republic, the purpose of which was to develop the tourism potential of this region, badly affected by

the coronavirus, gathered expositions from 30 largest local companies that presented a variety of products in various types of tourist destinations, including such as ethnographic, industrial, rural, pilgrimage and gastronomic tourism. The exhibition became a revelation for the tourist business, which is now in standby and restarting mode: it is no coincidence that impartial statistics recorded the largest number of visits from potential tourist "donors" – Moscow, St. Petersburg, the Arkhangelsk and Kirov regions, as well as other states – Kazakhstan, Belarus, Ukraine.

The organizers of the exhibition are already dreaming about the future: for example, to expand the number of participants and speakers by attracting other regions interested in tourists; organize a B2B business contact area, where companies could communicate and hold online meetings; to prepare virtual exhibition booths not only in Russian, but also in English – this step would interest travel agencies of foreign countries.

Then, the second round of the Festival of Franchises was held on the resources of the Business Market with no less success, and in August the products of the leading domestic brands will be presented by the Moscow Jewelry Podium.

Yes, in general, the format of online exhibitions has not yet been fully formed, standards do not exist, so pioneers have to reinvent it from scratch, experiment, test hypotheses, fix successful solutions and abandon unsuccessful ones.


But, presenting Business Market in Rio de Janeiro a year ago, we also talked about the first experience of creating a marketplace as

an internal market for the global ecosystem of CCIs. Over the year, our project has shown its relevance: more than fifty CCIs, members of the CACCI – the Confederation of Asia-Pacific Chambers of Commerce and Industry, have joined the Business Market platform. Special attention is now being paid to the development of the direction of commercial tenders (applications for the selection of the optimal supplier/contractor), as well as strengthening the main advantage of the site – confirmation of the reliability of information about the placed companies by the chambers. At the moment, not a single document (license, certificate, diploma, etc.) is published on the Business Market without prior confirmation from the CCI. Thanks to this, site visitors can be sure that the published documents are not forged. This is a know-how that I am sure will be a revelation for many markets.

As well as virtual exhibitions. The question often arises: are we going to expand, trying to destroy the modern congress and exhibition system and take exhibitions from offline to online? But it's not even funny. Virtual expositions cannot completely replace traditional exhibitions "in real life", but they can perfectly complement them. After a while, all pandemic restrictions will be lifted, a real wave of postponed, canceled, postponed events will fall on the entrepreneur, which will be simply impossible to cover. And here duplicate virtual exhibitions will show their necessity and usefulness even "in peacetime". We invite the CCIs of the Russian regions to join our work.

**Vladimir Platonov,
President of the MCCI**



A portrait of Denis Nazarov, a man with short dark hair and a light beard, wearing a white shirt and a grey vest. He is standing with his arms crossed against a dark grey background.

ДЕНИС НАЗАРОВ:

«В КРИЗИС ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ ВЫСТУПИЛИ ЕДИНЫМ ФРОНТОМ»

– Денис Андреевич, вы являетесь президентом ГК «Аструм», генеральным директором ООО «Гранель-Недвижимость», вице-президентом по коммерческой недвижимости ГК «Гранель». Но большинство вопросов этого интервью хотелось бы посвящать не бизнесу, а столь актуальной сейчас общественной деятельности. В прошлом году вы стали председателем Московского регионального отделения общероссийской общественной организации «Деловая Россия», объединяющей предпринимателей несырьевого сектора экономики. Не прошло и года, как столкнулись с ситуацией, в которой большинству членов организации требуется деятельная помощь! И вы развернули в связи с этим очень

активную деятельность: «Деловая Россия» подтвердила статус ведущей экспертной площадки по экономическим вопросам, например, её позиция часто была решающей при определении списка пострадавших отраслей. А правда ли, что вы в данном вопросе действовали на опережение и первые предложения по поддержке выдвинули одновременно с введением первых ограничений?

– Первые совещания в связи с пандемией прошли в начале марта. Тогда действительно официально были объявлены пострадавшими только три отрасли – авиаперевозки, туризм и кинопрокат. Но развитие событий «читалось», а перед глазами был пример стран Европы, которые одна за другой закры-

вались на жёсткий карантин. Потому на нашей площадке собирались представители многих отраслей, которых в скором времени должна была затронуть эта ситуация. Это и фитнес, и рестораторы, и отельеры, компании конгрессно-выставочной деятельности и т.д. Первой целью было именно расширить список пострадавших отраслей, чтобы максимальное число компаний получило поддержку. Свои предложения на этот счёт мы сделали как раз на первом этапе введения ограничений в столице (между 10 и 20 марта) и далее старались тоже действовать оперативно. Затем от каждой отрасли были собраны предложения о необходимых мерах, их мы отправляли в профильные министерства правительств Москвы и России (последнее делали наши феде-

ральные коллеги, которые также собирали предложения по всей стране). На следующем этапе они были систематизированы и были предложены меры по поддержке экономики в целом.

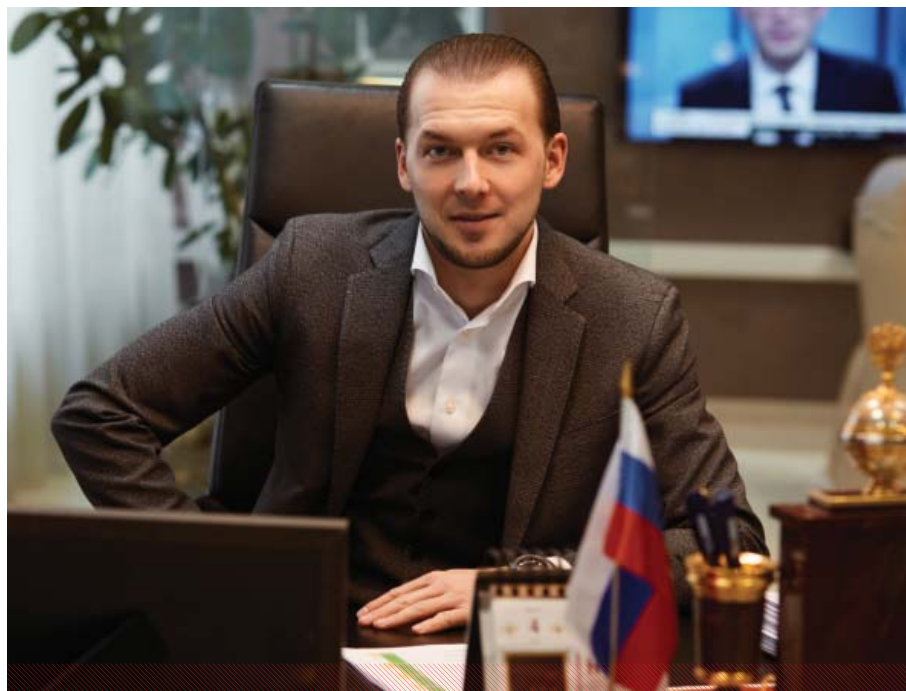
– Какие меры поддержки предпринимательства в кризис вы предлагали, какие из них приняты? Насколько эффективно они работают?

– Среди прочего реализованы наши предложения о мораториях на иски о банкротстве и проверки бизнеса, отсрочках по налогам и кредитам, снижении тарифов за эквайринг, льготных кредитах на заработную плату. И главная мера – прямые субсидии на зарплату для МСП. На уровне Москвы реализована заморозка арендных платежей городу, отсрочены платежи по ЖКХ, также предоставлены налоговые и кредитные отсрочки, заморожены платежи по выкупу помещений субъектами МСП, введены льготы по налогу на имущество при снижении арендной ставки более чем на 50% (поддержка арендодателей). Наиболее популярная мера на федеральном уровне – снижение социальных взносов до 15%, на московском уровне – отсрочка по уплате налога на имущество.

– По инициативе «Деловой России» Москвы создана рабочая группа по выработке антикризисных мер поддержки МСП при Департаменте предпринимательства и инновационного развития. По каким направлениям она работает?

– Были созданы 26 подгрупп по отраслевому признаку. В силу такой внушительной цифры их перечислять долго, но отмечу, что каждая из них внесла свой вклад в создание эффективной системы поддержки столичного бизнеса. К примеру, среди прочего в Москве бизнесу предоставили субсидии на оплату услуг по доставке питания, продвижение в интернет-магазинах, участие в выставках, ведение бизнеса по франшизе, обучение сотрудников (за 2019 год), на экспорт, инжиниринг и закупку оборудования. Часть субсидий была инициирована именно московскими «делороссами». Важно, что меры и инициативы, обсуждаемые в этих группах, выходят и на федеральный уровень. Так Правительство Москвы поддержало наше предложение снизить НДС для отелей и ресторанов до 10% и направило соответствующее письмо с просьбой рассмотреть идею в Правительство России.

– Изначально в список наиболее пострадавших от пандемии направлений были официально включены только три отрасли, сейчас их круг значительно расширен. Что за от-



расли входят в него сегодня и что даёт представителям бизнеса причисление к пострадавшим отраслям?

– Список расширился четыре раза. В результате в него вошло 11 отраслей и 40 разновидностей ОКВЭД: авиа- и автотransпорты, компании, работающие в сфере культуры, туризма, спорта и образования, общепит, гостиницы, организация выставок, бытовые услуги, торговля непродовольственными товарами и стоматология. Конкретные ОКВЭД лучше смотреть на сайте Правительства РФ. Если главный ОКВЭД вашей компании попадает в этот список, то значительно расширяется число мер поддержки. В России пошли по пути очень детализированной помощи каждой отрасли. Поэтому наилучшим вариантом будет, к примеру, вбить ИНН налогоплательщика на сайте ФНС (<https://service.nalog.ru/covid19/>), и вам выведут полный список мер поддержки, на который может рассчитывать ваша компания.

– То же можно сказать о списках системообразующих предприятий России: они были существенно расширены при деятельном участии «Деловой России». А включение компании в этот ряд чем может ей помочь?

– Подразумевается, что эти компании смогут рассчитывать на первоочередную поддержку от государства в случае любых кризисов. Для ликвидации негативного влияния пандемии поддержка выразилась в отсрочках по налогам, субсидиях на возмещение части затрат, льготных кредитах и государственных гарантиях под кредиты. Отмечу, что включение в этот список – ещё и большая ответственность. Компании регулярно проверяются государственными аудиторами, а помощь

им предоставляется исключительно в случае, если это будет показано по результатам стресс-тестов.

– Очень ожидаемая бизнесом мера для сохранения занятости в стране – прямое субсидирование компаниям МСП расходов на выплату заработной платы. Какие компании могут воспользоваться такой мерой поддержки и насколько она доступна для представителей московского МСП?

– Все компании сектора МСП, которые сохранили более 90% персонала в эти месяцы. И московские компании тут не исключение. Насколько мне известно, этой мерой активно пользовались во всех регионах, не исключая Москву.

– Вы хорошо знаете сегодняшнее положение компаний МСП в столице, тем более что в вашем Центре правовой поддержки бизнеса работает горячая линия. Как бы вы его охарактеризовали?

– В большинстве своём люди консультировались о мерах поддержки и режиме работы их компаний в период самоизоляции. Были жалобы на отказы в предоставлении господдержки. Это, прежде всего, связано с тем, что она оказывалась исключительно по главному ОКВЭД компании. То есть если, к примеру, гостиницы не имели в качестве главного ОКВЭД «55 – деятельность по предоставлению мест для временного проживания», то господдержка им была не положена. В ситуации, когда российские компании привыкли иметь сразу по несколько ОКВЭД, это часто приводило к отказам. В любом случае мы старались решать каждый конкретный кейс, и надо сказать, что министерства и ведомства, как московские, так и федеральные, ча-

сто шли нам навстречу, в итоге излишний бюрократизм и формализм преодолевались. Пандемия сильнее всего ударила по столице. Как следствие, тут были одни из самых жёстких карантинных мер и московский бизнес понёс существенные убытки. Но даже в самых пострадавших отраслях – а это, прежде всего, очень развитый в столице сектор слуг – большинство компаний пережили кризис. Сейчас идёт очень активное восстановление столичной экономики. И лучшая характеристика того, что московский бизнес высоко оценил работу городской власти – первое место Москвы в рейтинге инвестиционной привлекательности российских регионов. Напомню, что он составляется именно на основе опроса предпринимателей.

– Какова, по вашим наблюдениям, разница между положением в период нынешнего кризиса представителей МСП Москвы и глубинки? «Деловая Россия» представлена в 78 субъектах: удаётся ли ей эффективно поддерживать бизнес на местах?

сти диалог с предпринимательским сообществом. Все эти месяцы Москва была примером для регионов – как в части противодействия эпидемии, так и в части поддержки бизнеса. Многие меры по поддержке экономики, принятые в столице, имплементировались в регионах, и действительно активное участие в этом принимали местные отделения «Деловой России».

– Вы известны участием в благотворительной деятельности, выступали организатором ряда благотворительных проектов. А в столь непростое время до благотворительности руки доходят?

– Благотворительность – тот вид деятельности, начав который уже не останавливаешься, пока есть силы и возможности. Поэтому в пандемию все наши социальные проекты были только усилены. Однако подробно углубляться в эту сторону своей деятельности я бы не хотел. Для меня это достаточно личная сфера. Лучше упомяну, что в разгар

партнёрам и сохранить деловые отношения на будущее, а не извлечь сиюминутную прибыль. Это показатель высокого уровня моральной ответственности бизнеса в стране.

– Поздравляя на днях представителей московского бизнеса с Днём российского предпринимательства, вы сказали, что убеждены: из кризиса мы все выйдем ещё более сильными, сейчас закладывается фундамент будущего успешного развития компаний в новой реальности. А как видится вам новая реальность в посткоронавирусном мире применительно к бизнесу, и в том числе к вашим компаниям? Какие «окна возможностей» и какому именно бизнесу откроет пандемия?

– Сейчас мы видим, что дистанционные форматы работы, учёбы, конференций и форумов прочно вошли в нашу жизнь. Это направление будет развиваться. Будет переформатироваться торговля, расти её интернет-составляющая. Затронут измене-



– Разница имеется. Всё же бюджетные возможности Москвы и большинства регионов несопоставимы. Но если посмотреть недавнее исследование Национального рейтингового агентства, то мы увидим, что в лидерах по числу и качеству мер поддержки бизнеса в пандемию много регионов с очень скромными доходами. Так что всё же это больше зависит от настроения властей субъекта, расстановки приоритетов в работе и готовности ве-

эпидемии московская «Деловая Россия» запустила проект «Бизнес – бизнесу», где мы объединили и растиражировали практики взаимопомощи между предпринимателями, поддерживали платёжеспособный спрос и сохраняли логистические цепочки в экономике. В целом очень хочу отметить, что в кризис предприниматели выступили единым фронтом, часто помогали и поддерживали друг друга, большинство старалось помочь своим

роста малоэтажного жилищного строительства и некоторой разгрузки мегаполисов. В целом стройке сейчас уделяется первоочередное внимание, а меры поддержки, как отрасли, так и спроса на жильё, очень впечатляющие. Это, прежде всего, субсидирование ипотеки в новостройках под 6,5%. На днях Владимир Владимирович Путин заявил, что у России есть исторический шанс решить квартирный вопрос. Предпосылки для этого действительно есть!

DENIS NAZAROV:

"ENTREPRENEURS
SHOWED A UNITED
FRONT DURING
THE CRISIS"

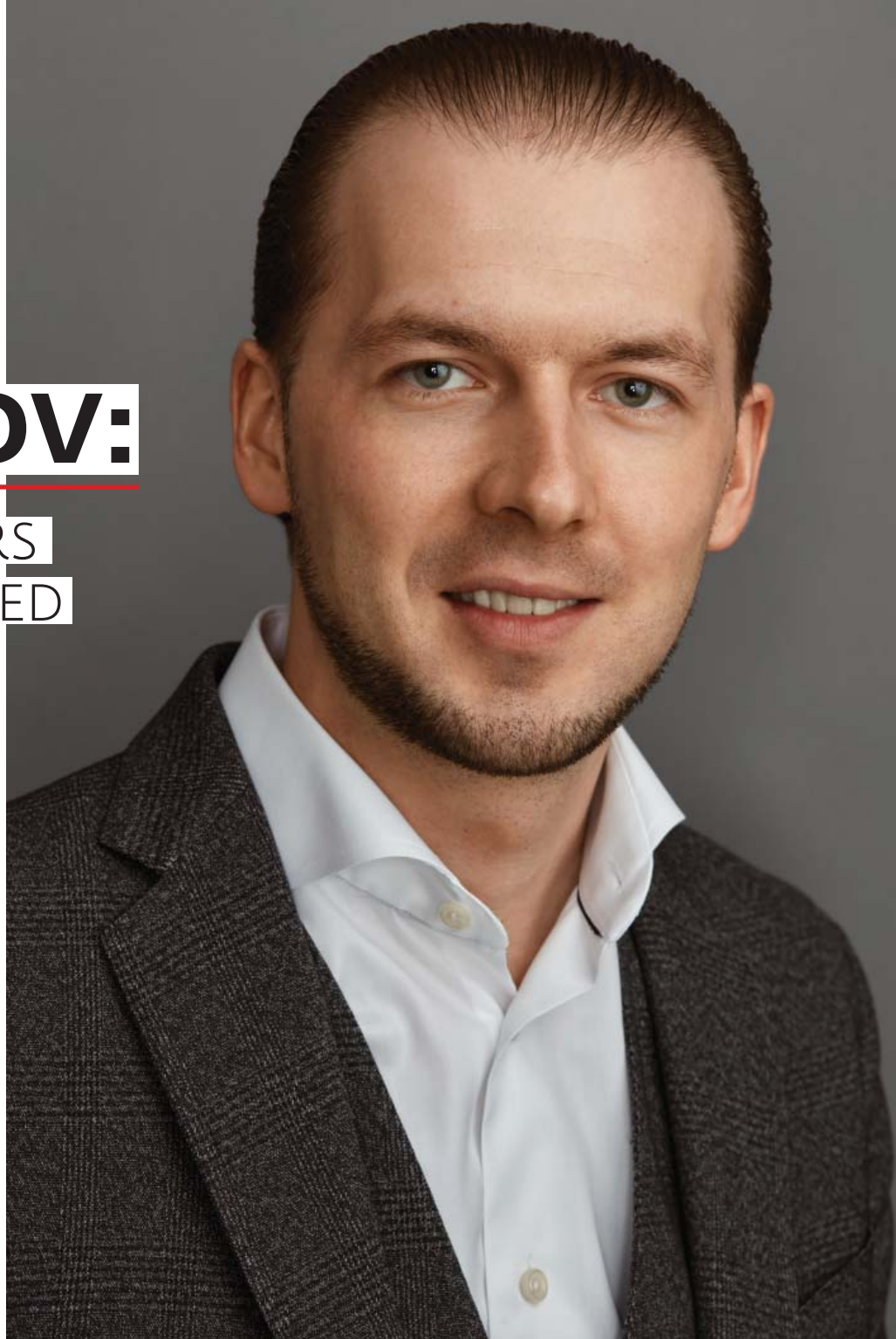
– Mr. Nazarov, you are the President of Astrum Group of Companies, CEO of Granel Real Estate LLC, Vice-President for Commercial Real Estate of Granel Group of Companies. But most of the questions in this interview would be dedicated not to business, but to social activities which are so important nowadays. Last year you were appointed Chairman of the Moscow Regional Branch of the All-Russian Public Organization – Business Russia, which unites entrepreneurs from the non-raw materials sector of the economy. Less than a year has passed since you faced a situation in which most members of the organization need active assistance! And you have deployed a very active work in this regard: Business Russia has confirmed its status as a leading expert platform on economic issues, for example, its position was often determining the list of damaged industries. Is it true that you acted "ahead of schedule" on this issue, and the first proposals for support to the affected sectors were made at the same time with the introduction of the first restrictions?

– First meetings on the pandemic took place in early March. Only three sectors – air travel, tourism and film distribution – were officially declared to be affected. But the situation was obvious, and there was an example of countries in Europe, which one by one were closed to strict quarantine. Therefore, representatives of many industries, which were about to be affected by this situation, gathered at our site. These were fitness companies, restaurateurs, hoteliers, convention and exhibition companies, etc. The first objective was to expand the list of affected industries so that a maximum number of companies would

be supported. We made our suggestions in this regard right at the first stage of introducing restrictions in the capital (between March 10 and 20), and further we tried to operate as quickly as possible. Then proposals on necessary measures were collected from each industry, and we sent them to the relevant ministries of the Moscow and Russian Governments (the latter was made by our federal colleagues, who also collected proposals throughout the country). At the next stage, they were systematized and measures were proposed to support the economy as a whole.

– What measures have you proposed and undertaken to support entrepreneurship during the crisis? How effectively do they work?

– We have implemented, among other things, the proposals on moratoriums on bankruptcy lawsuits and business audits, tax and credit deferrals, reduction of acquiring rates, soft loans for salaries. And the main measure is direct subsidies on wages for SMEs. At the level of Moscow, rental payments have been frozen, payments for housing and utilities have been postponed, tax and credit deferments have also been granted, payments for the redemption of premises by SMEs have been frozen, and property tax benefits have been introduced with rental rates reduced by more than 50% (support for lessors). The most popular measure at the federal level is the reduction of social dues to 15%, while at the Moscow level the most popular measure is the postponement of property tax payments.





– On the initiative of Business Russia of Moscow, there was created a working group for the elaboration of anti-crisis measures to support SMEs at the Department of Business and Innovative Development. What areas does it work in?

– There were established 26 subgroups on a sectorial basis. Due to such an impressive figure, it is a long time to list them, but I would like to note that each of them has contributed to the creation of an effective system of support for the business of Moscow. For example, in Moscow, among other things, business was provided with subsidies to pay for food delivery services, promotion in online stores, participation in exhibitions, running a franchise business, training of employees (for 2019), for export, engineering and equipment procurement. Some of these subsidies were initiated by the representatives of the Business Russia community from Moscow. It is important that the measures and initiatives discussed in these groups also reach the federal level. Thus, the Moscow City Government supported our proposal to reduce VAT for hotels and restaurants up to 10%, and sent a corresponding letter with a request to the Russian Government to consider this idea.

– Initially, only three sectors were officially included to the list of the most affected areas, and their range is now much wider. What kind of industries are on the list today, and what benefits do business representatives get from being categorized as affected industries?

– The list was expanded four times. As a result, 11 industries and 40 kinds of OKVED were included in it. Air and road transport, companies working in the field of culture, tourism, sports and education, catering, hotels, exhibition organization, consumer services, trade in non-food products and dentistry. It is better to look at specific OKVEDs on the RF Government website. If the main OKVED of your company is included in this list, the number of support measures is expanding significantly. In Russia, we have followed the path of very detailed assistance to each industry. Therefore, the best option would be, for example, to check the taxpayer identification number on the FTS website (<https://service.nalog.ru/covid19/>) and you will be given a complete list of support measures that your company can expect.

– The same can be said about the lists of backbone enterprises in Russia: thanks to the active participation of Business Russia they were considerably expanded. How can inclusion of the company in this list help it?

– It is assumed that these companies will be able to count on priority support from the state in case of any crises. To eliminate the negative impact of the pandemic, this support has taken the form of tax deferrals, cost recovery subsidies, soft loans and government loan guarantees. It should be noted that inclusion in this list is also a great responsibility. Companies are regularly checked by state auditors, and assistance is provided to them only if it is shown by stress tests.

– A very expected measure for business to maintain employment in the country is direct subsidies to SME companies for salary expenses. Which companies can benefit from this support measure and to what extent is it available to representatives of Moscow SMEs?

– All the companies in the SME sector that have retained more than 90% of their staff in these months can benefit from this measure. Moscow companies are no exception. As far as I know, this measure has been actively used in all regions, including Moscow.

– You are well aware of the current situation of SME companies in the capital, especially since your Legal Support Center has a hotline for business. How would you characterize it?

– Mostly people consulted about support measures and the mode of operation of their companies during the self-isolation period. There were complaints on refusals to be provided with government support. This was primarily due to the fact that it was available exclusively according to the main OKVED of the company. That is, if, for example, hotels did not have “activities to provide temporary accommodation” as the main OKVED 55, then they were not granted state support. In a situation when Russian companies got used to having several OKVEDs at once, this often led to refusals. Anyway, we tried to resolve each specific case, and I must say that both Moscow and federal ministries and agencies often accepted a compromise and as a result excessive bureaucracy and formalism were overcome. The pandemic hit the capital the hardest. As a result, there were some of the toughest quarantine measures and Moscow business suffered significant losses. But even in the most affected industries – which is first and foremost a very developed in the capital service sector – most companies have experienced the crisis. Now there is a very active recovery of the metropolitan economy. And the best characteristic of the fact that the Moscow business has highly appreciated the work of the city government – the first place of Moscow in the rating of investment attractiveness of



Russian regions. I will remind that this rating is made on the basis of survey of businessmen.

– *What is the difference, according to your observations, between the situation during the current crisis of Moscow SME representatives and those in province? Business Russia is represented in 78 subjects: is it able to support such business as effectively?*

– There is a difference. Moscow and most of the regions are not comparable in terms of budget possibilities. But if we look at a recent study by the National Rating Agency, we will see that there are many regions with very modest incomes among the leaders by the number and quality of measures to support business in the pandemic. So, it depends more on the attitude of the authorities, the setting of priorities in work and readiness to engage in a dialogue with the business community. All these months, Moscow has been an example for the regions both in terms of fighting the epidemic and in terms of business support. Many of the economic support measures taken in the capital were implemented in the regions, and the local branches of Business Russia were really active in this regard.

– *You are known for your participation in charity activities and you have organized a number of charity projects. Do you engage in charity at this difficult time?*

– Charity is a type of activity, which you never give up since started, as long as you have strength and capabilities. Therefore, during the pandemic all our social projects were only strengthened. However, I would not like to go into detail in this direction of my activities. For me, this is a rather personal area. I would rather mention that in the midst of the epidemic, Moscow-based Business Russia launched the B2B project, in which we combined and diversified the practices of mutual assistance between entrepreneurs, maintained solvent demand and preserved supply chains in the economy. In general, I would like to point out that during this crisis entrepreneurs showed a united front, often helped and supported each other, the majority of them tried to help their partners and preserve business relations for the future, rather than make short-term profits. This was an indicator of the high level of moral responsibility of business in the country.

– *When congratulating the representatives of Moscow business on Russian Entrepreneurship Day, you said you were convinced that we will all come out of this crisis even stronger, and now the foundation for future successful development of companies in a new reality is being laid. And how do you see this new reality in the “post-coronavirus world”, as applied to business? And to your companies, among others? What windows of opportunity and which particular business will the pandemic open to?*

– Now we see that remote formats of work, studies, conferences and forums are strongly rooted to our lives. This direction will develop. Commerce will be restructured; its Internet component will expand. There will be changes in the construction business. It is possible to wait for the growth of low-rise housing construction and some unloading of metropolises. In general, construction is now a priority, and measures to support both the industry and the demand for housing are very impressive. First of all, it is subsidizing the mortgage in new buildings at 6.5%. Recently Vladimir Vladimirovich Putin stated that Russia has a historical chance to solve the housing issue. There are really some prerequisites for this!

«ХИРАНА+»: ЧТОБЫ ВДОХНУТЬ ЖИЗНЬ

Выражение «вдохнуть жизнь» существует во многих языках. Некоторые исследователи считают, что мистика здесь ни при чём, а возникло оно потому, что искусственная вентиляция лёгких как медицинский метод была известна уже тысячи лет назад. Иные указывают – как на описание его применения – на библейскую историю оживления мальчика пророком Елисеем: «И лёг над ребёнком, и приложил свои уста к его устам <...> и простёрся над ним, и согрелось тело ребёнка. И чихнул ребёнок раз семь, и открыл... глаза свои». С этой версией можно поспорить, но, во всяком случае, то, что уже в 1530 году Парацельс с успехом применил при асфиксии вентиляцию лёгких через воздухопровод кожаными мехами, используемыми для раздувания огня в камине, известно точно. С эпохи Возрождения меха и дыхательные подушки для проведения неотложной ИВЛ стали довольно распространены. Британский физиолог С. Гейлс (1677-1761) создал один из первых таких ручных аппаратов под названием «респиратор». В 1775 году англичанин Д. Пристли впервые получил кислород, а уже пять лет спустя французский акушер Ф. Чошьер (1746-1828) применил вдувание кислорода с помощью дыхательного мешка и маски при оживлении мнимоумерших, как их тогда называли, новорождённых. Однако прошло более 150 лет, прежде чем в 1938-м появился автоматический *Spirapulsoator* шведского хирурга К. Крэффорда. А первый серийный наркозный аппарат с автоматизированной ИВЛ – *Sulla* – был выпущен лишь в 1950-х. Двадцать первый век удивляет нас небывалыми технологиями в медицине, не снисшими врачам прежних веков. Но мы редко задумываемся об этом, пока нас не коснётся беда. На этот раз беда – пандемия коронавируса, ставшая глобальной. Аббревиатура «ИВЛ» ныне на слуху даже у людей, от медицины весьма далёких, а предприятия, выпускающие подобную аппаратуру, оказались в центре всеобщего внимания. С руководителем одного из них, кандидатом технических наук, генеральным директором ООО «Хирана+» Василием Шимко мы беседовали.



– Василий Юрьевич, группа заводов Chirana – ведущий мировой производитель медицинского оборудования и медицинских изделий, имеющий 80-летнюю историю и богатые традиции. Что удалось сделать за это время? Расскажите об основных этапах развития компании.

– Словацкий завод под названием Chirana был основан в 1935 году и с начала 50-х годов вёл активные поставки медицинского оборудования в СССР. Бренд успешно закрепился на всём постсоветском пространстве, зарекомендовав себя как производитель эффективного, надёжного и вместе с тем недорогого медоборудования различного назначения (аппараты ИВЛ, наркозно-дыхательные аппараты, дефибрилляторы, аппараты ЭКГ и срочной помощи). Однако с определённого момента мощностей

завода начало не хватать для удовлетворения спроса в России и близлежащих странах. И тогда было принято решение открыть завод в Москве, на базе особой экономической зоны «Технополис».

– Расскажите, как работают в период пандемии заводы по производству медоборудования, которое сейчас жизненно необходимо? Пришлось ли увеличить объёмы производства аппаратов ИВЛ?

– Наше предприятие не прекращало работу, как и словацкий завод. С началом пандемии возник небывалый спрос на аппараты ИВЛ. К такому развитию событий никто не был готов, и поначалу возникли проблемы с поставками комплектующих для производства. Но за эти два месяца компания вошла в ре-

жим работы, позволяющий выпускать 30 аппаратов ИВЛ в месяц, что для нашей производственной базы является хорошим результатом.

– В какие города и страны сейчас идут основные поставки?

– Основным направлением поставок, в связи с критической важностью для региона, являются московские лечебные учреждения. В том числе приоритетные поставки были осуществлены и в 40-ю ИКБ в Коммунарке; в ГКБ № 7, 40, 52; ИКБ № 1 и 2; детские клинические больницы. Помимо поставок аппаратов, наши специалисты выезжают для сервисного обслуживания в десятки городов России. Оборудование компании также поставлено в Узбекистан. Заключены контракты на поставку в Азербайджан и на Кубу. Ведутся переговоры с другими государствами СНГ.

– ООО «Хирана+» – команда профессионалов, обладающих богатым опытом и знаниями в ключевых областях медоборудования. Расскажите, как решали кадровый вопрос? Нужно ли сотруднику подобного производства иметь медицинское образование?

– Кадровый состав компании «Хирана+» складывался из людей, работавших ранее непосредственно в словацкой компании Chirana, имеющих представление обо всех процессах и технологиях, применяемых в производстве медоборудования, с опытом свыше 20 лет. Есть в команде и люди, имеющие медицинское образование и богатый опыт работы в сфере медицины. Но в основном, конечно, команда сформирована из высококлассных инженеров, окончивших ведущие технологические вузы (МАИ и МГТУ им. Баумана) и прошедших профильное обучение в Словакии.



– Кроме аппаратов ИВЛ, ваша компания предоставляет целый комплекс медоборудования: стоматологические установки и инструментарий, наркозно-дыхательные аппараты, оборудование палат интенсивной терапии, медицинские компрессоры. И всё же, какие направления для компании «Хирана+» являются основными? На чём вы специализируетесь?

– Основное направление остаётся неизменным: оборудование ИВЛ и наркозно-дыхательные аппараты. Все конструкторские разработки идут в этой области. Ведутся также разработка и производство сопутствующего оборудования. Как пример, собственная разработка компании – симулятор пациента, позволяющий обучить врачей-реаниматологов и анестезиологов работе с аппаратами.

– Сегодня на заводах «Хирана+» производится медицинское оборудование на высоком техническом и научном

уровне, с применением материалов, обеспечивающих долговечную работу. Какие новейшие технологии вы используете? В чём ваши конкурентные преимущества?

– Конечно, фирменным преимуществом компании является уникальная технология многоуровневой вентиляции лёгких, необходимой при мультикомпарментных повреждениях лёгких, причиняемых вирусом COVID-19. Она превосходит аналоги, применяемые другими компаниями, выпускающими подобное оборудование. К тому же наши аппараты используют компрессоры мембранного типа, имеющие преимущество перед компрессорами турбинного типа в виде более плавного контроля выдаваемого потока.

Компания постоянно ведёт поиск новых технических решений и рационализации имеющейся линейки оборудования. Сейчас готовим к выпуску линейку высокочастотных аппаратов ИВЛ Paravent, обладающих малыми габаритами, позволяющими их использовать врачам скорой помощи.

Важной составляющей производства является наличие в линейке оборудования аппаратов контроля пропускного режима и дезинфекции, имеющих уникальную технологию обеззараживания озоном, без применения химических реагентов. Эти аппараты позволяют вести учёт, проводить выявление посетителей с высокой температурой и их дезинфекцию, включая возможность обработки личных вещей ультрафиолетом. Оборудование поставляется для различных учреждений, клиник, торговых центров и прочих мест общественного пользования, которые люди посещают в условиях пандемии коронавируса COVID-19.

– Компания «Хирана+» не только производит и поставляет оборудова-





техническом и научном уровне. Есть ли в России необходимые ресурсы, чтобы производить оборудование такого же качества и полностью отказаться от импортного?

– На данный момент есть компоненты, которые пока что не производятся в России, но мы надеемся, что эта проблема в будущем будет устранена и отечественные производители различных комплектующих смогут полностью удовлетворить запросы нашего завода на поставку необходимых для производства материалов. Кстати, некоторые поставщики компонентов оборудования работают с нами непосредственно на территории ОЭЗ «Технополис», и эти российские компании располагают необходимым оборудованием и мощностями для выполнения наших заказов.

– Поделитесь планами на ближайшие 5 лет. В каком направлении будет дальше развиваться компания «Хирана» в России?

– Развитие компании, конечно, будет идти в направлении собственных разработок и максимального импортозамещения, так как пока многие компоненты медоборудования, к сожалению, не имеют аналогов у российских производителей комплектующих. Также внимание уделим развитию международного сотрудничества: уже идёт строительство завода дочерней компании «Хирана Азия» в Республике Узбекистан.

ние, но и обеспечивает гарантийный технический сервис, осуществляет монтаж, проводит консультации и обучение. Что ещё получает заказчик, сотрудничая с вашей компанией?

– В вашем вопросе уже перечислено всё то, что получает заказчик. Ведь медоборудование подобного класса мало просто купить, важно обучить врачей работе с ним. Для этого на базе нашего предприятия функционирует учебный центр, позволяющий провести ознакомление медиков, привить им навыки работы с аппаратами в различных режимах, чтобы в полной мере реализовать возможности медоборудования, поставленного в лечебные учреждения. Также на

помощь могут рассчитывать заказчики на местах: наши специалисты выезжают в любую точку России для гарантийного обслуживания, а также постгарантийного обслуживания и ремонта аппаратов. Если же на месте невозможно устранить проблему, оборудование транспортируется в нашу лабораторию для анализа и устранения неисправности. И конечно, персонал клиник получает необходимые консультации дистанционно, если возникают какие-либо вопросы по функционированию оборудования.

– Chirana – это словацкая компания, которая, без сомнений, производит медицинское оборудование на высоком

**Беседовала
Елена Александрова**



“CHIRANA+”: TO BREATHE LIFE INTO



The expression “to breathe life into” exists in many languages. Some researchers believe that mysticism has nothing to do with it, but it emerged because artificial lung ventilation as a medical method was known thousands of years ago. Some suggest – as a description of its use – the biblical story of the boy’s revival by the prophet Elisha: “And he laid over the child, and put his mouth to his lips <...> and stretched out over him, and the child’s body became warm. And the child sneezed seven times, and opened his eyes.” It is possible to argue with this version, but, anyway, it is known for certain that already in 1530 Paracelsus successfully applied ventilation of lungs at asphyxiation through a chimney bellows made of skin and used for blowing fire in the fireplace.

Since the Age of Renaissance bellows and breathing bags for emergency ventilation of lungs became quite common. British physiologist S. Hales (1677–1761) created one of the first such manual devices called a “respirator”. In 1775, the Englishman D. Priestly received oxygen for the first time, and five years later, French obstetrician F. Chaussier (1746–1828) used a breathing bag and a mask to revive the seemingly dead, as they were then called, newborns. However, it took more than 150 years before in 1938 the first operative use of ventilators was made with the Freckner Spiropulsator, invented in Sweden.

The first serial anesthesia machine with automated artificial lung ventilation (IVL) – Sulla – was released only in the 1950s. The twenty-first century surprises us with unprecedented technology in medicine, not dreamed of by doctors of earlier centuries. But we rarely think about it until we are affected by something. This time, the problem is the coronavirus pandemic, which has become global. The abbreviation “IVL” in Russia nowadays is heard even by people who don’t have to do with medicine at all. The enterprises producing such equipment are in the center of public attention. We talked to the head of one of them, PhD in Technical Sciences, CEO of Chirana +, Vasily Shimko.

– Mr. Shimko, The Chirana group of manufacturers is the world's leading producer of medical equipment and medical devices with a history of 80 years and a wealth of traditions. What has been done over this time? Tell us about the main stages of the development of the company.

– The Slovak factory called Chirana was founded in 1935 and since the beginning of the 50-s it has been actively supplying medical equipment to the USSR. The brand has successfully established itself throughout the post-Soviet space, establishing itself as a producer of efficient, reliable and at the same time inexpensive medical equipment for various purposes (artificial lung ventilation devices, anesthesia and respiratory apparatus, defibrillators, ECG devices and devices for emergency assistance). However, from a certain point the plant capacity began to be insufficient to meet the demand in Russia and neighboring countries. And then it was decided to open the plant in Moscow, on the basis of the Technopolis special economic zone.

– Tell us, how do the plants for the production of medical equipment, which is vital nowadays, work during the pandemic? Have you had to increase the production volumes of ventilators?

– Our plant remained in operation as well as the Slovak plant. With the beginning of the pandemic, there was an unprecedented demand for ventilators. Nobody was ready for such a scenario, and at first there were problems with the supply of components for production. But for these two months the company has entered the mode of operation, which allows to produce 30 ventilators daily, which is a good result for our production base.

– Which cities and countries today are the main supplies to?

– Due to the utmost importance for the region, the main direction of supply is the Moscow medical facilities. Among them, priority supplies were made to the 40th IKB in Kommunarka; State Clinical Hospital No 7, 40, 52; IKB No 1 and 2; children clinical hospitals. In addition to supplying the devices, our specialists travel to dozens of Russian cities for servicing. The equipment of the company has also been delivered to Uzbekistan. We have concluded contracts for delivery to Azerbaijan and Cuba. Negotiations with other CIS countries are in progress.

– Chirana+ LLC is a team of professionals with rich experience and knowledge in major areas of medical equipment. Tell us how did you solve the personnel issue? Does an employee of such production need to have a medical education?

– Chirana+ human resources consists of people who had previously worked directly with the Slovak company Chirana and who had knowledge of all processes and technologies used in the production of medical equipment with more than 20 years of experience. There are also people in the team who have medical education and extensive experience in the medical field. But mostly, of course, the team is made up of top-class engineers who graduated from the leading technological universities (MAI and MSTU named after Bauman) and received specialized training in Slovakia.

– Besides ventilators, your company provides full range of medical equipment: dental units and instruments, anesthesia and respiratory devices, equipment for intensive care rooms, medical compressors. And yet, what are the main directions for Chirana+? What do you specialize in?

– The main direction remains the same: ventilator equipment and anesthesia and

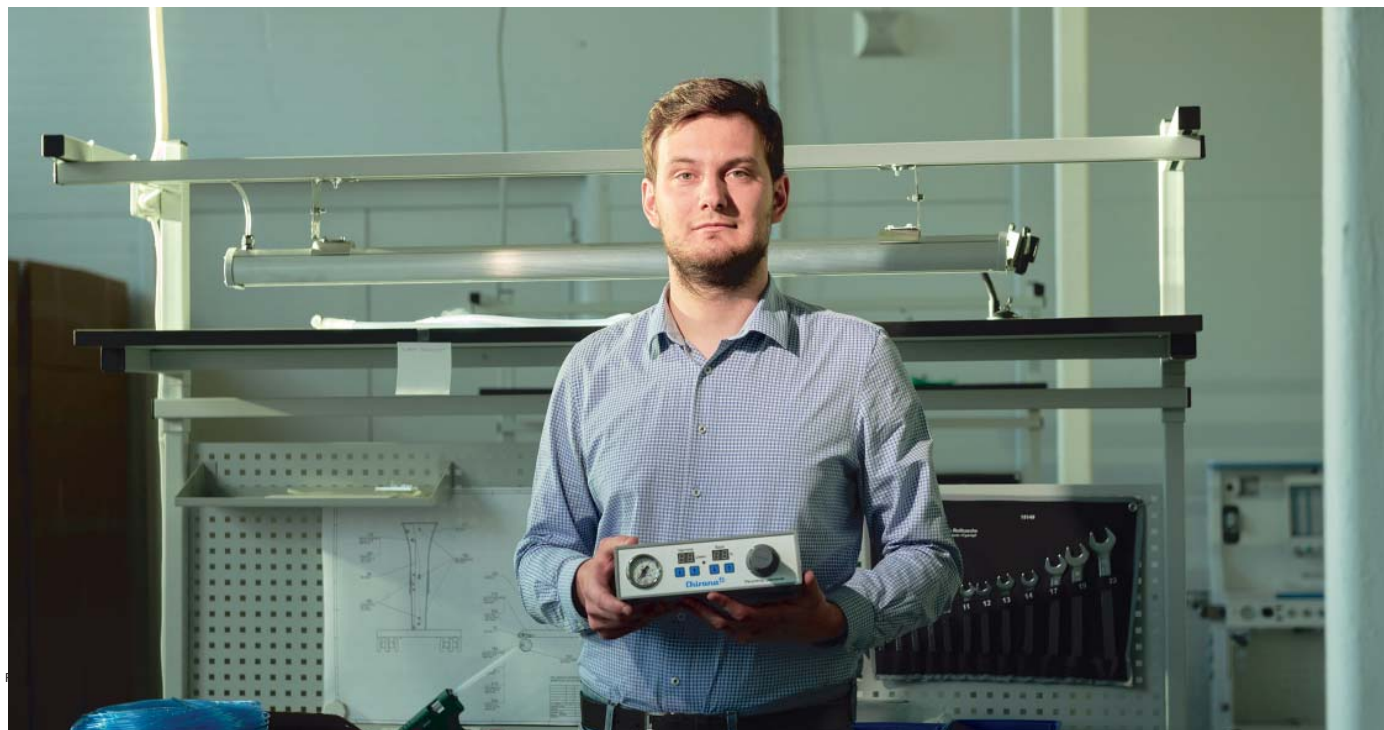
breathing devices. All the engineering developments are being conducted in this field. Development and production of related equipment is also in progress. For example, the own development of the company is a patient simulator, which allows to train intensive care physicians and anesthesiologists to work with the devices.

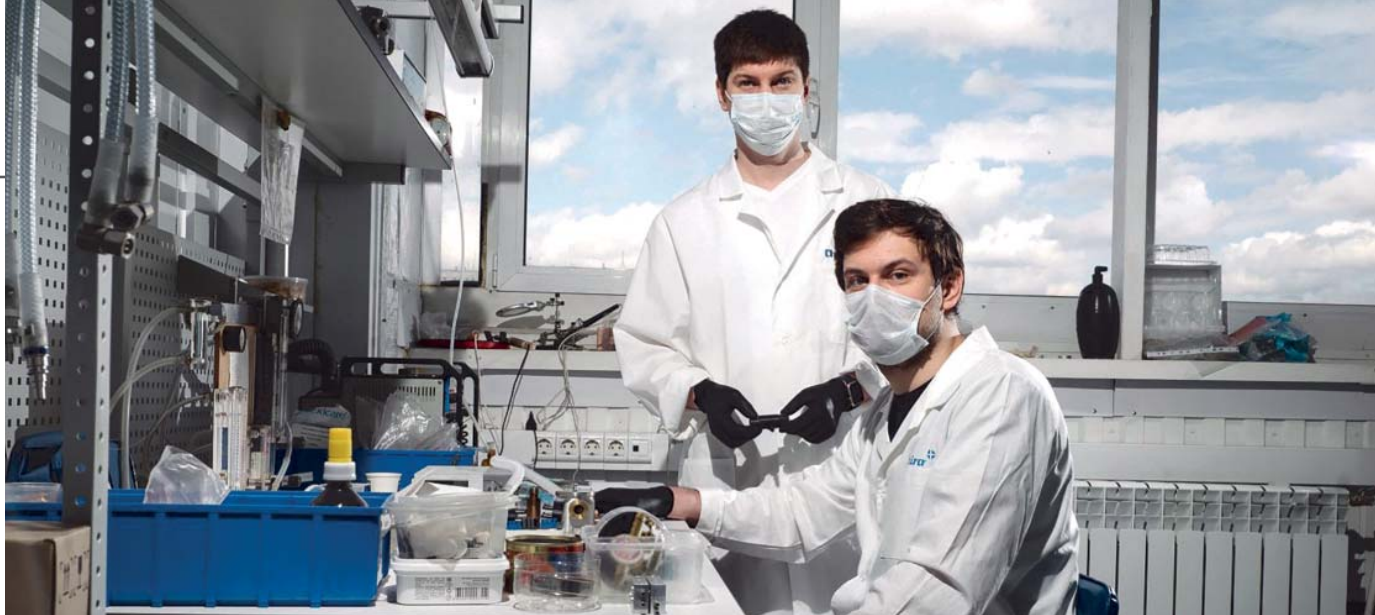
– Today Chirana+ produces medical equipment of high technical and scientific level with the use of materials ensuring durable operation. What newest technologies do you use? What are your competitive advantages?

– Of course, the unique technology of multilevel ventilation of lungs, which is necessary in case of multi-compartment damage of lungs caused by COVID-19 virus, is a corporate advantage of the company. It is superior to analogues used by other companies producing similar equipment. In addition, our units use membrane type compressors, which have an advantage over turbine type compressors in the form of more gradual control of the output flow.

The company is always searching for new technical solutions and rationalizing the existing range of equipment. Now we are preparing a line of high-frequency units of the Paravent ventilators, which have small dimensions, allowing their use by emergency doctors.

An important component of the production is the availability in the line of equipment of devices for control of admission duty and disinfection, having a unique technology of disinfection with ozone, without chemical reagents. These devices allow keeping records, identifying visitors with high temperatures and disinfecting them, including the possibility of processing personal belongings with UV rays. The equipment is supplied for various





institutions, clinics, shopping centers and other public places that people visit in the conditions of the coronavirus COVID-19 pandemic.

– Chirana+ not only produces and supplies equipment, but also provides warranty technical service, carries out installation, consulting and training. What else does the customer get when working with your company?

– You have already listed in your question everything that a customer receives. After all, medical equipment of this class is not easy to buy, it is important to train doctors to work with it. For this purpose, there is a training center on the basis of our company, which allows educating doctors, to train them to work with the devices in various modes, in order to fully realize the capabilities of medical equipment supplied to hospitals. Customers can also count on help on the spot: our specialists go anywhere

in Russia for warranty service, as well as post-warranty maintenance and repair of devices. If the problem cannot be solved on the spot, the equipment is transported to our laboratory for analysis and troubleshooting. And of course, the staff of the clinics receives the necessary advice remotely, if there are any questions about the operation of the equipment.

– Chirana is a Slovak company which produces medical equipment on a high technical and scientific level. Does Russia have the necessary resources to produce equipment of the same quality and completely abandon foreign supply?

– At the moment there are components that are not manufactured in Russia yet, but we hope that this problem will be eliminated in the future and domestic manufacturers of various components will be able to fully meet the requirements of our plant for the supply of necessary materials for the production.

By the way, some suppliers of components work with us directly on the territory of SEZ Technopolis, and these Russian companies have the necessary equipment and facilities to fulfill our orders.

– Share your plans for the next 5 years. In what direction will Chirana+ develop further in Russia?

– The development of the company, of course, will move in the direction of own developments and maximum import substitution, since so far many components of medical equipment, unfortunately, have no analogues at Russian manufacturers. Also we will pay attention to the development of international cooperation: the construction of the plant of the subsidiary company Chirana Asia in the Republic of Uzbekistan is already underway.

**The interview was taken
by Elena Alexandrova**





«АВТОТОР»:

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

«Автотор» – заметная компания в масштабах не только Калининградского региона, но и всей страны. За четверть века своего развития предприятие освоило производство более 150 моделей автомобилей крупнейших мировых брендов, и сейчас оно в тройке крупнейших автозаводов России (выпускает автомобили BMW, Kia, Hyundai). Но нынешний период сложен для представителей бизнеса всех рангов и большинства сфер деятельности. Как живёт «Автотор» в эпоху пандемии?

КОРОНАКРИЗИС И АВТОРЫНОК

Мировая пандемия коронавируса внесла существенные корректировки в производственные планы «Автотора». Из-за простоя заводов по производству комплектующих по всему миру на калининградском предприятии возникли перебои с поставками автокомпонентов. Что, в свою очередь, вызвало сокращение объёмов его производства. Кроме того, в апреле, в период режима строгой самоизоляции, согласно указу президента РФ завод приостанавливал работу на две недели.

Всё это на фоне рухнувшего рынка неизбежно отразилось на показателях. По итогам первого полугодия 2020 года объём производства на предприятиях «Автотора» составил 71 тыс. автомобилей, что на 37,1% меньше показателя за аналогичный период прошлого года (113 тыс. штук).

В дальнейшем график работы «Автотора» будет корректироваться исходя из производственного плана, сформированного на основе подтверждённых объёмов заказа и поставок комплектующих, отмечают на заводе.

Бизнес-модель «Автотора» рассчитана на обеспечение самых разнообразных вкусов потребителей. В линейке выпускаемой продукции автомобили всех классов, от бюджетного до премиального, что гарантирует относительную устойчивость на рынке. Однако, несмотря на это, падения в условиях коронакризиса «Автотору» тоже не удалось избежать:

прогнозируемый объём производства по году ниже результата 2019 года примерно на 40%.

В ПРИОРИТЕТЕ – ИНТЕРЕСЫ КОЛЛЕКТИВА!

«Автотор» основан в 1994 году и перенёс вместе со страной несколько серьёзных кризисов. За это время компания выработала определённую «сейсмоустойчивость» и свои антикризисные рецепты, в которых одним из главных и неизменных приоритетов являются люди.

Калининградский регион обособлен от «большой России», отсюда рукой подать до Европы, и миграционные процессы здесь уникальны: это не только приток мигрантов, но и отток конкурентоспособных кадров в ЕС. Квалифицированные специалисты, необходимые для высокотехнологичных производств, – редкость среди трудовых мигрантов, и кадры на таких заводах, как «Автотор», как правило, не приезжие, а местные, возвращённые на самом предприятии. Поэтому сохранение квалифицированного персонала – одна из приоритетных задач в кризисный период.

В «Автоторе» давно решили, что сокращение с таким трудом подобранного, обученного персонала – самая крайняя мера. Поэтому сокращение здесь даже не обсуждали.

Во время вынужденной остановки производства из-за пандемии в апреле всем сотрудникам сохранили 100% зарплаты. Месяц-полтора это оказалось по силам «Автотору», но дальше невозможно было обеспечить такую меру поддержки. Однако

оставить своих людей без средств к существованию здесь тоже не могли, так же как и платить зарплату без выполнения работы.

Были разработаны конкретные меры, направленные в первую очередь на сохранение коллектива. Ряд работников отправили на обучение новым профессиям, повышение квалификации, в оплачиваемые отпуска, а большую часть перевели на другие работы. Прежде всего – на строительство и благоустройство.

В непосредственной близости от действующего производства «Автотор» на площади 32 га возводится новый завод. Кроме того, ведутся масштабные работы по благоустройству и созданию большого спортивного парка на территории, прилегающей к физкультурно-оздоровительному комплексу (ФОК) «Автотор-Арена», построенному за счёт средств компании и готовящемуся к вводу в эксплуатацию.

Практически весь весенне-летний период здесь кипела работа. Очищали от мусора лес, вырубали сушняк, убирали упавшие стволы, выкорчёвывали пни, очищали живые деревья от сухих веток, прокладывали велодорожки и тропинки, проводили линии освещения и видеонаблюдения, обустроивали островки отдыха, возводили детские площадки и сооружения для занятий спортом т. д. Уже готовы площадки для мини-футбола, баскетбола, волейбола (в перспективе здесь откроются и площадки для тенниса и бадминтона, открытый тренажёрный зал). Завершено устройство полосы препятствий – уникального сооружения, состоящего из 18 объектов, аналогичного тренировочным площадкам бойцов морской пехоты.

Детские площадки оборудованы с использованием металлоконструкций, созданных на основе технологий вторичного использования производственных отходов «Автотора». Производство в регионе с учётом калининградской логистики обходится значительно дешевле, чем привозное оборудование, не уступая качеству.

ФОК – «АВТОТОРУ», КАЛИНИНГРАДУ, ОБЛАСТИ

О проекте ФОК «Автотор-Арена», расположенном в Калининграде, в микрорайоне имени А. Космодемьянского, стоит рассказать подробнее.

Это по-настоящему уникальный по функциональному оснащению и самый крупный физкультурно-оздоровительный комплекс области. Ожидается, что первых посетителей он примет уже осенью этого года. Недавно объект посетили представители правительства региона во главе с губернатором Калининградской области Антоном Алихановым, а также глава администрации города Алексей Силанов и другие представители власти.

«Этот объект уникален не только для нашей области, но и для страны. ФОК включает в себя универсальный спортзал, который позволяет тренироваться одновременно на трёх площадках. Для проведения соревнований там предусмотрены телескопические трибуны на 1000 мест. Также имеется футбольный манеж, поле которого сертифицировано международной ассоциацией FIFA. Это первый крытый футбольный манеж в регионе», – отметила заместитель председателя областного правительства, министр спорта региона Наталья Ищенко.

Наталья Сергеевна подчеркнула, что параметры крытого футбольного манежа позволяют обустроить скалодром для тренировок по 4 дисциплинам этого вида спорта. «Для скалодрома один из главных критериев – высота потолков. Скалолазание недавно стало олимпийским видом, и теперь высота скалодрома должна быть 17 метров. Помещений с такой высотой потолков очень мало, но новый ФОК поз-



воляет создать такой скалодром для тренировок и соревнований», – сказала Наталья Ищенко.

Министр – пятикратная олимпийская чемпионка по синхронному плаванию и не могла не оценить 50-метровый бассейн ФОК. По её словам, он олимпийского класса и достоин самой высокой оценки.

Передвижная платформа позволяет разделять его на два и проводить одновременно разные соревнования. Уникально для Калининградской области подъёмное дно, позволяющее заниматься плаванием детям, пожилым людям и инвалидам. Бассейн также обладает новейшей системой водоподготовки, полностью автоматизированной, с возможностью вывода информации на ЦПУ и удалённого доступа через интернет. Система обеспечивает полный контроль состояния воды.

«В ФОК «Автотор-Арена» все помещения соответствуют мировым стандартам. И это первый в России случай, когда за деньги частного предприятия строится спортивное сооружение, соответствующее международным требованиям и позволяющее проводить соревнования любого уровня», – отметила министр спорта Калининградской области.

Общий объём затрат на строительство ФОК уже превысил 2 млрд рублей собственных средств компании. Это инвестиция в здоровье работников предприятия и социальное развитие области.

«Работать на конвейере непросто, это требует большого напряжения, поэтому было решено создать для наших сотрудников условия для активного отдыха, – отмечает старший вице-президент по проектам в Калининградской области «Автотор Холдинг» Владимир Кривченко. – В городе заметна нехватка футбольных площадок, бассейнов, поэтому мы и решили построить ФОК. Многие наши сотрудники приезжают на работу из районов, где подобных сооружений нет».

Часть занятий будет проходить на платформе, что-то «Автотор» планирует дотировать, особенно на первом этапе работы комплекса. «Но конечно, мы понимаем, что о возврате вложенных миллиардов здесь речь не идёт», – отмечает руководство холдинга.

ПРОТИВ ВИРУСА – ВМЕСТЕ!

Строительство «Автотор-Арена» – огромный вклад в социальное благополучие региона. Однако его строительство было спланировано задолго до пандемии. Но и в стеснённых условиях, вызванных коронакризисом, предприятие продолжает помогать региону, несмотря на собственные экономические проблемы.

С момента своего основания «Автотор» – пример не только применения высоких технологий, но и социальной ответственности. Вскоре после начала пандемии компания перечислила региону на цели предотвращения распространения коронавируса 30 млн рублей. Такое решение приняли акционеры, предложив использовать средства на закупку медоборудования, лечение и профилактику COVID-19 и другие меры.

«Будучи одним из крупнейших работодателей и налогоплательщиков региона, «Автотор» всегда демонстрировал высокий уровень социальной ответственности. И сейчас компания показывает пример соучастия в решении общей для всех проблемы!» – прокомментировал этот шаг заместитель председателя областного правительства Илья Баринков.



Кроме того, предприятие предоставило помощь приходам Калининградской епархии РПЦ в соблюдении профилактических мер. Компания приобрела антисептики для обработки помещений, икон, церковной утвари.

«Выражаю сердечную благодарность Балтийскому православному благотворительному фонду и его руководителю, основателю компании «Автотор» Владимиру Ивановичу Щербакову за внимание к нуждам церкви! – откликнулся архиепископ Калининградский и Балтийский Серафим. – Благодаря этой поддержке храмы и прихожане будут защищены от возможной опасности». Владыка также выразил благодарность за помощь, оказанную «Автотором» православной гимназии, где была проведена полная дезинфекция.

Помощь компании «Автотор» калининградскому Музею Мирового океана стала доброй традицией. Благодаря поддержке компании посетителям музея стали доступны экспонаты из коллекции «Люди

«АВТОТОР» И ЭКОНОМИКА РЕГИОНА

Автомобильная отрасль для калининградской экономики является регионообразующей.

Уменьшение объемов производства «Автотор» из-за последствий пандемии напрямую отражается на ситуации в области. Говоря о влиянии компании на экономику региона, необходимо учитывать, что в настоящее время на долю холдинга приходится более 50% объема всей товарной продукции, производимой в регионе, а также налогов, собираемых на его территории. Благодаря заводу «Автотор» порт Балтийска и Калининградский морской торговый порт обеспечены свыше 74 и 71% заказов соответственно. Продукция компании – более 50% вагонооборота региональной железной дороги.

«Автотор» на сегодня корректирует производственный план исходя из прогно-

ВРЕМЯ НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Да, кризис – это не только проблемы, но и новые возможности. Но какие новые возможности открывает мир после пандемии? Для калининградского предприятия, как и для всей отрасли, сегодня как никогда актуальным является вопрос «инвестиций в будущее».

«Каждый предыдущий кризис, начиная с 1998 года и заканчивая 2015-м, проходил в одном технологическом укладе, пространстве, рынке, – объясняет основатель холдинга Владимир Щербаков. – Было понятно: ничего радикально не меняется. И мы знали: надо перетерпеть, сжать зубы и, несмотря ни на что, даже на отсутствие зарплаты, работать, ставить на производство новые модели, подготавливаться и стремительно войти в освобождающиеся от ослабленных игроков ниши. Была ясная цель: не только удержаться, но и увеличить долю на рынке. Сегодня выход из кризиса радикально другой. И мир, в который мы выходим, тоже. Пандемия «наложила» на переход к новому технологическому укладу».

Именно сейчас, подчеркивает Владимир Щербаков, нужно определить, какие технологии и материалы будут актуальны через 5-7 лет, чтобы подготовить технологическую и производственную базу, которая позволит отечественным компаниям вовремя встроиться в новый рынок.

В «Автоторе» уже пошли по этому пути. Например, начали искать партнеров и возможности для освоения производства автомобилей с навесными деталями (а впоследствии и кузовами) из карбоновых сплавов. Ведутся изучение возможностей и подготовка мощностей для производства автомобилей с двигателями на альтернативных видах топлива. В планах на будущее – выпуск газомоторных коммерческих автомобилей и максимально доступных машин с электродвигателем.

«В «Автоторе» мы решили, что пересмотрим всю ранее разработанную программу инвестирования в действующие технологии автомобилестроения, в старый технологический уклад. Будем настойчиво бороться за освоение других технологий», – подчеркнул основатель «Автотора».

Глобального анализа, по его мнению, требуют подходы по всем направлениям развития автопрома в целом. Нужно радикальное переосмысление ранее принятых решений, концепций развития и механизмов их реализации на всех уровнях.

На каждый новый вызов, считает эксперт, должен быть подготовлен адекватный ответ. В противном случае рискуем инвестировать в «отмирающие» технологии, когда уже появились новые.

Подготовила Елена Александрова



моря», проведены фестиваль исторических судов и ряд других проектов.

В период самоизоляции Музей Мирового океана впервые за 30 лет закрыл двери для посетителей. В дни вынужденного простоя благодаря поддержке «Автотора» в музее была проведена комплексная дезинфекция помещений и прилегающих территорий. Часть сотрудников получила компенсацию заработной платы. «От коллектива музея благодарю руководство и сотрудников «Автотора» за помощь и поддержку, которую они оказывали нам все эти годы. Сложная ситуация – проверка отношений, и наша дружба эту проверку прошла!» – высказалась директор музея Светлана Сивкова.

И действительно: «Пандемия – не повод прекращать наше сотрудничество с одним из лучших российских музеев!» – считают руководители холдинга. Завод и далее будет пополнять музейные фонды уникальными экспонатами и содействовать реализации его проектов.

зируемого падения объема выпуска автомобилей на 40%, а возможно – и более по итогам года. Такое существенное сокращение, безусловно, напрямую скажется на сотнях предприятий региона в смежных отраслях, задействованных в производственной цепочке «Автотора». Это около 300 малых и средних компаний региона, ежегодно обеспеченных заказами компании на сумму 8 млрд рублей. Одно рабочее место в автопроме создаст несколько рабочих мест в смежных отраслях.

В 2019 году доля предприятия в обрабатывающей промышленности региона превысила 50%. «Автотору» доверяют ведущие бренды мира – Kia, BMW, Hyundai. А это, в свою очередь, формирует центр инженерных, технических и технологических компетенций самого высокого уровня, создавая мультипликативный эффект, стимулирующий развитие промышленного потенциала всего региона.



AVTOTOR:

social responsibility and new opportunities during the crisis

Avtotor is a significant company not only in the Kaliningrad region, but throughout the country. For a quarter of a century of its development, the enterprise has mastered the production of more than 150 models of cars of the world's largest brands, and now it is one of the three largest car-making plants in Russia (it produces BMW, Kia, Hyundai cars). But the current period is difficult for business representatives of all ranks and most spheres of activity. How does Avttotor live in the era of the pandemic?

CORONAVIRUS CRISIS AND THE AUTO MARKET

The global coronavirus pandemic has made significant adjustments to Avttotor's production plans. Due to the downtime of factories for the production of components around the world, the Kaliningrad enterprise experienced disruptions in the supply of auto components. This, in turn, caused a decrease in its production. In addition, in April, during the period of strict self-isolation, according to the decree of the President of the Russian Federation, the plant suspended work for two weeks.

Against the background of the collapsed market, all this inevitably affected the indicators. At the end of the first half of 2020, the volume of production at Avttotor's enterprises amounted to 71 thousand vehicles, which is 37.1% less than in the same period last year (113 thousand units).

In the future, the work schedule of Avttotor will be adjusted based on the production plan,

formed on the basis of confirmed volumes of orders and supplies of components, the plant notes.

Avtotor's business model is designed to meet a wide variety of consumer tastes. The product line includes cars of all classes, from budget to premium, which guarantees relative stability in the market. However, despite this, Avttotor did not manage to avoid a fall in the conditions of the coronavirus crisis: the projected production volume for the year is below the result of 2019 by about 40%.

PRIORITY IS THE INTERESTS OF THE TEAM!

Avtotor was founded in 1994 and has suffered several serious crises along with the country. During this time, the company has developed a certain "seismic resistance" and its own anti-crisis recipes, in which people are one of the main and invariable priorities.

The Kaliningrad region is isolated from "big Russia", it is a stone's throw to Europe from here, and migration processes are unique: it is not only an influx of migrants, but also an outflow of competitive personnel to the EU. The qualified specialists required for high-tech industries are a rarity among labor migrants, and the personnel at such factories as Avttotor, as a rule, are not newcomers, but locals, raised at the enterprise itself. Therefore, retention of qualified personnel is one of the priority tasks during the crisis period.

In Avttotor it was decided long ago that the reduction of the staff selected with such difficulty is the most extreme measure. Therefore, the staff reduction was not even discussed here.

During the forced shutdown of production due to the pandemic in April, all employees kept 100% of their salaries. For a month or a month and a half, it turned out to be within the capabilities of Avttotor, but further it was impossible to provide such a measure of



support. However, the company could not leave their people without a livelihood, as well as pay a salary without doing work.

Concise measures were developed, aimed primarily at preserving the team. A number of workers were sent for training in new professions, advanced training, paid holidays, and most were transferred to other jobs. First of all, to construction and landscaping.

A new plant is being built in the immediate vicinity of the existing Avtotor production facility on an area of 32 hectares. In addition, large-scale work is underway to improve and create a large sports park on the territory adjacent to the Avtotor-Arena sports and recreation complex, built at the expense of the company and preparing for commissioning.

Almost the entire spring and summer period work was in full swing here. They cleared the forest from garbage, cut down dry forests, removed fallen trunks, uprooted stumps, cleared living trees from dry branches, laid bike paths, laid lighting and video surveillance lines, equipped recreation islands, erected playgrounds and sports facilities, etc. Playgrounds for mini-football, basketball, volleyball are ready (in the future, tennis and badminton playgrounds and an open gym will open here). The construction of an assault course – a unique structure consisting of 18 objects, similar to the training grounds of the Marine Corps soldiers – has been completed.

Playgrounds are equipped with metal structures created on the basis of Avtotor's industrial waste recycling technologies. Production in the region, taking into account Kaliningrad logistics, is much cheaper. It is the same quality as imported equipment.

SPORTS AND RECREATION CENTER FOR AVTOTOR, KALININGRAD, AND THE REGION

The project of the SRC Avtotor-Arena, located in Kaliningrad, in the microdistrict named after A. Kosmodemyansky is worth specific mention.

It is truly unique in terms of functional equipment and the largest sports and recreation complex in the region. It is expected to receive its first visitors this fall. The site was visited by representatives of the regional government led by the governor of the Kaliningrad region Anton Alikhanov, as well as the head of the city administration Alexei Silanov and other government officials.

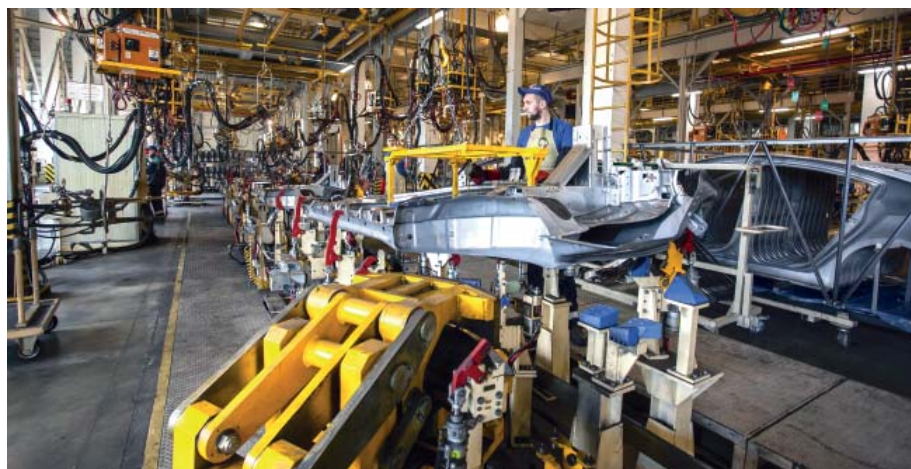
“This object is unique not only for our region, but also for the country. The center includes a universal gym that allows training simultaneously on three sites. There

are telescopic bleachers with 1000 seats for competitions. There is also a football arena, the field of which is certified by the international association FIFA. This is the first indoor football arena in the region,” said Deputy Chairman of the Regional Government, Minister of Sports of the region Natalia Ishchenko.

Mrs. Ishchenko emphasized that the parameters of the indoor football arena make it possible to equip a climbing wall for training in 4 disciplines of this sport. “For a climbing wall, one of the main criteria is the height of the ceilings. Rock climbing has recently become an Olympic sport, and now the height of the climbing wall should be 17 meters. There are very few buildings with such a height of ceilings, but the new fitness center makes it possible to create such a climbing wall for training and competitions,” said Natalia Ishchenko.

The Minister is a five-time Olympic champion in artistic swimming and could not help but appreciate the 50-meter pool of the center. According to her, it is Olympic class and deserves the highest praise.

The mobile platform allows splitting it into two parts and hold different competitions at the same time. The lifting bottom is unique



for the Kaliningrad region, allowing children, the elderly and the disabled to swim. The pool also has the latest fully automated water treatment system with the ability to output information to the CPU and remote access via the Internet. The system provides full control of the water condition.

“All premises in Avtotor-Arena meet international standards. And this is the first case in Russia when a sports facility that meets international requirements and allows holding competitions of any level is being built at the expense of a private enterprise,” said the Minister of Sports of the Kaliningrad region.

The total cost of the sports complex has already exceeded 2 billion rubles of the company's own funds. This is an investment in the health of the company's employees and the social development of the region.

“Working at an assembly line is not easy, it is very stressful, so it was decided to create conditions for active recreation for our employees,” says Vladimir Krivchenko, Senior Vice President for projects in the Kaliningrad region of the Avtotor Holding. “There is a noticeable shortage of football grounds and swimming pools in the city, so we decided to build a sports and recreation center. Many of our employees come to work from areas where there are no such facilities.”

Some trainings will be commercial, and Avtotor plans to subsidize something, especially at the first stage of its work. “But of course, we understand that we are not talking about the return of the invested billions,” the holding's management notes.

TOGETHER AGAINST THE VIRUS!

The construction of Avtotor Arena is a huge contribution to the social welfare of the region. However, its construction was planned long before the pandemic. But even in the cramped conditions caused by the crisis, the company continues to help the region, despite its own economic problems.

Since its inception, Avtotor has been an example of not only technologic, but also socially responsible company. Soon after the start of the pandemic, the company transferred 30 million rubles to the region in order to prevent the spread of coronavirus. This decision was made by the shareholders, offering to use funds for the purchase of medical equipment, treatment and prevention of COVID-19 and other measures.

“Being one of the largest employers and taxpayers in the region, Avtotor has always demonstrated a high level of social responsibility. And now the company is showing an example of complicity in solving a common problem for all!” Ilya Barinov, Deputy Chairman of the regional government, commented on this step.

In addition, the enterprise provided assistance to the parishes of the Kaliningrad

diocese of the Russian Orthodox Church in observing preventive measures. The company purchased antiseptics for the treatment of rooms, icons, church utensils.

"I would like to express my heartfelt gratitude to the Baltic Orthodox Charitable Foundation and its head, the founder of the Avtotor company, Vladimir Shcherbakov, for his attention to the needs of the church!" Archbishop of Kaliningrad and Baltic Seraphim responded. "With this support, churches and parishioners will be protected from possible danger." Archbishop also expressed gratitude for the help provided by Avtotor to the Orthodox gymnasium, where complete disinfection was carried out.

Avtotor's assistance to the Kaliningrad Museum of the World Ocean has become a good tradition. Thanks to the support of the company, exhibits from the People of the Sea collection became available to museum visitors, a festival of historical ships and a number of other projects were held.

During the period of self-isolation, the Museum of the World Ocean closed its doors to visitors for the first time in 30 years. In the days of forced downtime, thanks to the support of Avtotor, a comprehensive disinfection of the premises and adjacent territories was carried out in the museum. Some of the employees received wages compensation. "On behalf of the museum staff, I would like to thank the management and staff of Avtotor for the help and support they have provided us all these years. A difficult situation is a test of relations, and our friendship has passed this test!" said the director of the museum Svetlana Sivkova.

And indeed: "A pandemic is not a reason to end our cooperation with one of the best Russian museums!" consider the leaders of the holding. The plant will continue to replenish museum funds with unique exhibits and assist in the implementation of its projects.

AVTOTOR AND THE REGIONAL ECONOMY

The automotive industry is a region-forming sector of the Kaliningrad economy.

The decrease in production volumes of Avtotor due to the consequences of the pandemic directly affects the situation in the region. Speaking about the company's influence on the regional economy, it should be borne in mind that at present the holding accounts for more than 50% of the volume of all marketable products manufactured in the region, as well as taxes collected on its territory. The Avtotor plant provides over 74% and 71% orders in the port of Baltiysk and the Kaliningrad commercial sea port, respectively. The company's products account for more than 50% of the regional railway carriage turnover.



Avtotor is currently adjusting the production plan based on the predicted fall in the volume of car production by 40%, and possibly more by the end of the year. Such a significant reduction will undoubtedly have a direct impact on hundreds of regional enterprises in related industries involved in the Avtotor production chain. These are about 300 small and medium-sized companies in the region, annually provided with orders from the company in the amount of 8 billion rubles. One job in the automotive industry creates several jobs in related industries.

In 2019, the share of the enterprise in the manufacturing industry of the region exceeded 50%. Avtotor is trusted by the world's leading brands – Kia, BMW, Hyundai. And this, in turn, forms a center of engineering, technical and technological competencies of the highest level, creating a multiplier effect that stimulates the development of the industrial potential of the entire region.

TIME FOR NEW OPPORTUNITIES

Yes, the crisis is not only problems, but also new opportunities. But what new opportunities does the world open up after the pandemic? For the Kaliningrad enterprise, as well as for the entire industry, the issue of "investing in the future" is more urgent than ever.

"Each previous crisis, from 1998 to 2015, took place in the same technological order, space, market," explains the founder of the holding, Vladimir Shcherbakov. "It was clear: nothing is changing radically. And we knew: we had to endure, clench our teeth and, in spite of everything, even if there was no salary, we had to work, put new models into production, prepare ourselves and quickly

enter niches that were freed from weakened players. There was a clear goal: not only to retain, but also to increase market share. Today the way out of the crisis is radically different, as well as the world we go into. The pandemic "superimposed" on the transition to a new technological order."

Vladimir Shcherbakov emphasizes that it is necessary to determine which technologies and materials will be relevant in 5-7 years in order to prepare a technological and production base that will allow domestic companies to integrate into the new market in time.

Avtotor has already taken this path. For example, they began to look for partners and opportunities for mastering the production of cars with attachments (and subsequently bodies) made of carbon alloys. Opportunities are being studied and facilities are being prepared for the production of vehicles with engines running on alternative fuels. Future plans include the production of gas-powered commercial vehicles and the most affordable cars with an electric motor.

"At Avtotor, we decided that we would review the entire previously developed investment program concerning the existing technologies of the automotive industry, in the old technological order. We will persistently fight for the development of other technologies," emphasized the founder of Avtotor.

In his opinion, approaches in all areas of development of the automotive industry as a whole require comprehensive analysis. A radical rethinking of earlier decisions, development concepts and mechanisms for their implementation at all levels is needed.

An adequate response should be prepared for each new challenge, the expert believes. Otherwise, they risk to invest in "dying out" technologies when new ones have already appeared.

Prepared by Elena Alexandrova



Олег Акилбаев,

«Сетес Косметикс»:

«У нас есть чем порадовать поклонников бренда Oriflame!»



Впервые услышав, ещё студенткой, о компании Oriflame, я подумала: «Какое красивое название, есть в нём какой-то шарм, что-то такое рыцарское, французское!» Правда, тогда как-то не соотнесла название косметической компании с романами Мориса Дрюона, которыми тогда зачитывалась: «Узница Шато-Гайара», «Яд и корона», «Негоже лилиям прясть»... Кстати, думаю, не я одна зачитывалась Дрюоном! Первые шесть романов знаменитой серии о французских королях династии Капетингов писатель издал с 1955 по 1960 год, и они сразу завоевали известность в Европе. А в 1967 году в Швеции братьями Йонасом и Робертом аф Йокниками была основана компания Oriflame («Орифлэйм»), названная в честь орифламмы, королевского знамени, под которым водили в бой войска Капетинги, герои Дрюона. Спорим, Роберт и Йонас тоже зачитывались этими романами? Впрочем, это только моя догадка... Французы именовали орифламму «хоругвью золотого пламени», или запросто — «золотым знаменем». Изначально она была запрестольной хоругвью в аббатстве Сен-Дени, откуда её и взял впервые Филипп I (1052-1108), кстати, сын «нашей» Анны Ярославны. Орифламма использовалась в качестве королевского боевого знамени около 500 лет. И надо сказать, в перипетиях истории «золотое знамя» было потеряно в бою несколько раз, последний — во время Седьмого крестового похода. Но его всякий раз возрождали заново, чтобы оно снова гордо реяло над войсками, зовя к победе... У компании, названной в честь орифламмы, судьба в чём-то похожая. За более чем полвека она пережила множество мировых кризисов, чередовавшихся с новыми взлётами, чтобы вновь вести за собой поклонников бренда к победам во имя красоты. Нынешний кризис не похож на все предыдущие. Как переживает его Oriflame? Об этом мы расспросили Олега Акилбаева, генерального директора «Сетес Косметикс», производственного подразделения компании Oriflame в России, расположенного в подмосковном Ногинске.

– **Олег Филиппович, в предыдущем интервью нашему изданию, данном в 2018 году, вы поделились планами по увеличению объёмов производства на 60% в ближайшие 2,5 года. Насколько их удалось реализовать? Внёс ли коррективы в эти планы нынешний кризис?**

– С 2018-го наши объёмы увеличились на 25%. Коронакризис, безусловно, повлиял на ситуацию, и темпы роста замедлились. Посмотрим, что покажет статистика в середине следующего года!

– ООО «Сетес Косметикс» входит во всемирно известную шведскую бьюти-компанию Oriflame Cosmetics, основанную в 1967 году. Ваша головная компания пережила немало глобальных экономических кризисов, начиная с Нефтяного (1973), в том числе Российский, когда в сентябре 1998 года ваши продажи в стране упали в 10 раз, и Мировой финансовый (2008–2011). И каждый раз компании приходилось нелегко, ведь люди, экономя, начинают отказывать себе в первую очередь в товарах индустрии красоты. Коронавирусная рецессия – всего лишь очередной такой кризис для компании, но у него есть ряд особенностей, резко отличающих его от всех прежних. Есть ли у Oriflame какие-то «рецепты», как пережить кризис? Или их приходится изобретать на ходу?

– Компании, имеющей более чем полувековую историю, конечно, не раз пришлось преодолевать кризисные ситуации, и их было значительно больше, чем вы перечислили.

Готовых решений нет, это всегда мобилизация и умение расставить приоритеты. Мы сокращаем инвестиции и операционные расходы, но не персонал и социальные программы! Нам важно сохранить команду. Я не упомянул наших клиентов только потому, что от сохранения команды, её опыта и экспертных знаний зависит и наша способность предоставить клиентам качественный продукт и высокий уровень сервиса.

Кризис действительно повлиял на наше производство специфически. Сократился потребительский спрос на губную помаду и декоративную косметику. Мы понимаем, что это временное явление, ставшее следствием режима самоизоляции, необходимости ношения масок и т.д. Но не понимаем пока, насколько ситуация затянется. С другой стороны, растут продажи средств личной гигиены.

– **Предприятия, производящие парфюмерию и косметику, безусловно, в числе пострадавших от нынешнего кризиса. Между тем в Полном перечне пострадавших отраслей, утверждённом Правительством России, подобные предприятия не упоминаются.**



Единственное, что имеет хоть какое-то отношение к вашей продукции – «Торговля розничная прочими товарами в специализированных магазинах». Ито – не очень, ведь основной процент вашей продукции реализуется с помощью онлайн-продаж. Рассчитываете ли всё же на какую-то помощь от государства в дальнейшем? Какие меры поддержки это могли бы быть?

– Мы ощутили влияние кризиса. В настоящий момент мы пробуем получить субсидию, связанную с сохранением рабочих мест.

– **Но конечно, «Сетес Косметикс» – это не только вопросы сбыта продукции, а прежде всего – производство, коллектив. Как вы работали в условиях карантина? Не пришлось ли останавливать производство? На нём работает более 150 человек: удалось ли в полной мере сохранить коллектив?**

– Да, удалось. Предприятие начало вновь работать на четвёртый день с момента объявления строгого карантина. Эти три дня мы использовали для изуче-

ния законодательных актов для продолжения деятельности. К её немедленному продолжению были все основания, так как мы выпускаем товары первой необходимости, кроме того, компания Oriflame осуществляет онлайн-продажи с дистанционной доставкой. Также это время было использовано, чтобы внедрить в производственно-логистическом центре меры для предотвращения распространения коронавирусной инфекции.

Мы и сейчас продолжаем работать с соблюдением всех мер безопасности. Причём первые меры в этом направлении были приняты задолго до постановления губернатора и объявления периода нерабочих дней.

Уже в первых числах марта был ограничен доступ на фабрику третьим лицам, изменена расстановка столов в столовой, регламентирована рассадка за ними. Тогда же мы стали использовать антисептики и дезинфицировать ручки и перила в каждом помещении фабрики. Сделали разметку для соблюдения социальной дистанции. И, разумеется, ввели обязательное использование масок и перчаток.



Стали использовать такси для доставки сотрудников на работу, причём к транспортным компаниям были предъявлены требования по регулярной дезинфекции салонов. До сих пор регулярно проводим обработку компьютерной техники и дезинфекцию помещений.

Ввели процедуру измерения температуры на входе. Централизованно получили пропуск для всех работников.

Отправили сотрудников старше 65 лет на самоизоляцию.

Создали штаб для предотвращения распространения коронавируса на фабрике – с ежедневными утренними совещаниями.

На фабрике широко используются визуальные материалы для предотвращения передачи инфекции, проводится регулярное информирование сотрудников. Перед каждым выходным отправляем сотрудникам информационное сообщение с правилами нахождения в самоизоляции и посещения общественных мест.

Эти меры можно назвать рутинными, но они показали себя вполне эффективными.

– Одной из важных составляющих вашей продукции являются средства личной гигиены. Это довольно близко, по сути, к антисептическим средствам, всевозможным антибактериальным составам для рук и т.д., бывшим в большом дефиците в начале пандемии и пользующимся повышенным спросом до сих пор. Не думали о том, чтобы наладить производство подобных средств?

– «Сетес Косметикс» производит средства личной гигиены на водной основе. Мы изучили возможность производства на спиртовой основе, оценили риски, связанные с использованием нашего оборудования. Оно не является взрывозащищённым, потому отказались от этой идеи. Но мы выпускаем шампуни, ополас-



киватели, бальзамы, гели для душа, жидкое мыло, ополаскиватели для полости рта, которые пользуются большим спросом в настоящее время.

– Раз уж мы начали разговор об ассортименте, расскажите о том, сколько и какой продукции выпускало предприятие до кризиса? Скорректировали (и как именно) кризис этот ассортимент?

– Ассортимент нашей продукции не сократился, более того – вырос. В этом году мы начали выпускать ополаскиватели для полости рта. Но несколько сократились объёмы выпуска губной помады и блесков для губ. И запуск многих новинок перенесён на IV квартал 2020-го.

– Кризис рано или поздно пойдёт на спад. Человек (а тем более – женщина!), лишённый какое-то время возможности делать покупки, наконец, получив её, начинает тратить, часто даже

не контролируя себя и швыряя деньгами, как бы «мстя» за вынужденное воздержание. В российской маркетинговой терминологии это называется «отложенные покупки», в англоязычной – «мстительные траты», «покупки мести» (revenge spending). Как вы думаете, когда время придёт, удастся ли вам хотя бы отчасти возместить сегодняшние потери? Какие «изюминки» уже готовит российский сегмент Oriflame своим поклонникам на такой случай?

– Как я уже упоминал, запуски многих новинок перенесены на IV квартал 2020-го и первый квартал 2021 года. Так что – следите за новостями, у нас есть чем порадовать даже самых требовательных поклонников бренда Oriflame! Из новинок, которые уже выпустили в период пандемии – тушь с эффектом кошачьих глаз.

– Два года назад на вопрос долгосрочной перспективе вы ответили о возможном инвестировании в строительство второй очереди производства на территории Ногинского района, а также в развитие новых технологий. Эти планы остались неизменными?

– Фабрика изначально строилась с прицелом на будущий рост. Я уверен, что мы достойно пройдем период, связанный с пандемией. И не отказываемся от цели увеличения объёмов производства до 60%. Просто сейчас мы фокусированы на максимально эффективном использовании имеющихся мощностей; инвестировали в покупку двух новых линий для производства туши для ресниц и в полуавтоматическую линию для производства средств личной гигиены. Поклонников бренда и тех, кто ещё только присматривается к Oriflame, ждёт много приятных сюрпризов!



Беседовала Елена Александрова



Oleg Akilbaev,

Cetes Cosmetics:

“We have something to please the fans of the Oriflame brand!”

When I first heard, as a student, about Oriflame, I thought: “What a beautiful name, there is some charm in it, something so chivalrous, French!” True, then somehow I didn’t correlate the name of the cosmetics company with the novels of Maurice Druon, which I read: “The Strangled Queen”, “The Poisoned Crown”, “The Royal Succession”... By the way, I think I’m not the only one who read Druon! The writer published the first six novels of the famous series about the French kings of the Capetian dynasty from 1955 to 1960, and they immediately became popular in Europe. And in 1967 in Sweden, brothers Jonas and Robert af Jochnick founded Oriflame, named after the oriflamme, the royal flag under which the Capetian troops, the heroes of Druon, were led into battle. I bet Robert and Jonas also read these novels. However, this is just my guess...

The French called oriflamme “the flag of the golden flame”, or simply the “golden flag”. Initially, it was the altar gonfalon in the Abbey of Saint-Denis, from where Philip I (1052-1108) took it for the first time, by the way, the son of “our” Anna Yaroslavna. Oriflamme was used as a royal battle flag for about 500 years. And I must say, in the twists and turns of history, the “golden flag” was lost in battle several times, the last one during the Seventh Crusade. But every time it was revived again, so that it proudly hovered over the troops, calling for victory...

The company named after Oriflamme has a somewhat similar fate. For more than half a century it has experienced many world crises alternating with new ups, in order to once again lead the brand’s fans to victories in the name of beauty. The current crisis is unlike all previous ones. How is Oriflame overcoming it? We asked Oleg Akilbaev, CEO at Cetes Cosmetics. It’s the production unit of Oriflame in Russia, located in Noginsk, the Moscow region.

– *Mr. Akilbaev, in the previous interview with our publication in 2018, you shared your plans to increase production volumes by 60% in the next 2.5 years. How did you manage to implement them? Has the current crisis made adjustments to these plans?*

– Our volumes have increased by 25% since 2018. The coronavirus crisis certainly affected the situation and the growth rate slowed down. Let's see what statistics show in the middle of next year!

– *Cetes Cosmetics LLC is a part of the world-famous Swedish company Oriflame Cosmetics, founded in 1967. Your parent company has experienced many global economic crises, starting with the Oil (1973), including the Russian one, when your sales in the country fell 10 times in September 1998, and the World Financial Crisis (2008–2011). And each time the company had a hard time, because people, first of all, save on goods of the beauty industry. The coronavirus recession is just another such crisis for the company, but it has a number of features that sharply distinguish it from all the previous ones. Does Oriflame have any “recipes for getting through the crisis” or do you have to invent them on the fly?*

– A company that has more than half a century of history, of course, had to overcome crisis situations more than once, and there were significantly more of them than you listed.

There are no ready-made solutions, it is always mobilization and the ability to prioritize. We cut investments and operating costs, but not staff and social programs! It is important for us to keep the team. I didn't mention our clients only because our ability to provide customers with a quality product and a high level of service depends on the retention of the team, its experience and expertise.

The crisis really affected our production in a specific way. Consumer demand for lipstick



and decorative cosmetics has decreased. We understand that this is a temporary phenomenon resulting from the regime of self-isolation, the need to wear masks, etc. But we do not yet understand how long the situation will drag on. On the other hand, sales of personal care products are growing.

– *Enterprises producing perfumery and cosmetics are undoubtedly among the victims of the current crisis. Meanwhile, such enterprises are not mentioned in the Complete List of Affected Industries, approved by the Russian Government. The only thing that has anything to do with your products is “Retail trade in other goods in specialized stores.” And even then – not really, because the main percentage of your*

products are sold through online sales. Do you still count on some kind of help from the state in the future? What support measures could it be?

– We felt the impact of the crisis. We are currently trying to get a job preservation subsidy.

– *But of course, Cetes Cosmetics is not only about selling products, but above all it is production, the team. How did you work under quarantine conditions? Didn't you have to stop production? It employs more than 150 people: did you manage to fully preserve the team?*

– Yes, we managed to save the team. The enterprise began working again on the fourth day after the announcement of strict quarantine. We used these three days to study legislative acts to continue our activities. There was every reason for its immediate continuation, since we produce essential goods, in addition, Oriflame carries out online sales with remote delivery. Also, this time was used to implement measures in the production and logistics center to prevent the spread of coronavirus infection.

We continue to work in compliance with all security measures. Moreover, the first measures in this direction were taken long before the governor's decree and the announcement of the period of non-working days.

Already in the first days of March, access to the factory for third parties was limited, the arrangement of tables in the dining room was changed, and the seating behind them was regulated. At the same time, we began to use antiseptics and disinfect handles and





railings in every room of the factory. We made markings to maintain social distance. And, of course, we introduced the mandatory use of masks and gloves.

We began to use taxis to deliver employees to work, and the transport companies were required to regularly disinfect the cabins. Until now, we regularly carry out disinfecting of computer equipment and premises.

Introduced a temperature measurement procedure at the entrance. We received passes for all employees.

Employees over 65 were sent to self-isolation.

We created a headquarters with daily morning meetings to prevent the spread of coronavirus in the factory.

The factory widely uses visual materials to prevent transmission of infection, we inform employees regularly. Before every weekend, we send employees an informational message with the rules for being in self-isolation and visiting public places.

These measures can be called routine, but they have proven to be quite effective.

– Personal care products are one of the important components of your assortment. This is pretty close, in fact, to antiseptics, all kinds of antibacterial compositions for hands, etc., which were in great shortage at the beginning of the pandemic and are still in high demand. Have you ever thought about setting up the production of such products?

– Cetes Cosmetics manufactures water-based personal care products. We studied the possibility of alcohol-based production, assessed the risks associated with the use of

our equipment. It is not explosion-proof, so this idea was abandoned. But we produce shampoos, rinses, balms, shower gels, liquid soaps, mouth rinses that are in great demand nowadays.

– Since we started talking about the assortment, tell us how much and what kind of products the company produced before the crisis? Has the crisis adjusted this assortment (and how exactly)?

– The range of our products has not decreased, moreover, it has grown. This year we started to produce mouth rinses. But the volume of production of lipstick and lip gloss has slightly decreased. And the launch of many new products has been postponed to Q42020.

– The crisis will decline sooner or later. A human (and even more so – a woman!), deprived of the opportunity to make purchases for some time, finally, having received it, begins to spend, often without even controlling herself and throwing money, as if “taking revenge” for forced abstinence. In marketing terminology this is called “revenge spending”, in Russian “deferred purchases”. Do you think that when the time comes, will you be able to at least partially compensate for today’s losses? What “highlights” is the Russian segment of Oriflame already preparing for its fans in such a case?

– As I already mentioned, many new product launches have been postponed to Q42020 and Q12021. So, follow the news, we have something to please even the most demanding fans of the Oriflame brand! Among the new products that have already been released during the pandemic is mascara with the effect of cat’s eyes.

– Two years ago, when asked about the long-term perspective, you answered about possible investment in the construction of the second stage of production in the Noginsk region, as well as in the development of new technologies. Have these plans remained unchanged?

– The factory was originally built with an eye to future growth. I am confident that we will pass through the period associated with the pandemic with dignity. And we are not abandoning the goal of increasing production volumes up to 60%. It’s just that we are now focused on making the most of the available capacity; invested in the purchase of two new lines for the production of mascara and a semi-automatic line for the production of personal care products. Many pleasant surprises await fans of the brand and those who are just looking at Oriflame!

Interviewed by Elena Alexandrova





Группу компаний Frigoglass иногда называют Международной империей холода: её доля на мировом рынке холодильного оборудования составляет 65% и увеличивается. И всё было бы отлично, вот только бич нашего времени COVID-19 холода, как оказалось, не боится... Он способен жить некоторое время даже при -20°C , а при средней температуре холодильника, около $+4^{\circ}\text{C}$, сохраняется трое суток. Коварный вирус выживает на стенках морозильников и, напротив, сам стал угрозой для Империи холода, как, впрочем, и для подавляющего числа компаний мира из самых разных сфер. Об опыте работы в коронавирусный кризис представителя ГК Frigoglass в России, предприятия «Фригогласс Евразия», работающего в Орле, нам рассказал коммерческий директор компании в России, СНГ и странах Балтии Андрей Владимирович Ревков.

«ФРИГОГЛАСС ЕВРАЗИЯ» В ЦИФРАХ И ФАКТАХ

- >>> Компания «Фригогласс Евразия» входит в ГК Frigoglass (Греция), включающую 9 заводов и офисы продаж более чем в 150 странах;
- >>> с 2000 года работает в России;
- >>> ключевой партнёр международных брендов: Coca-Cola HBC, PepsiCo, IDS Borjomi, HEINEKEN, Carlsberg, Danone и другие;
- >>> одно из крупнейших предприятий Орловской области;
- >>> производство полного цикла:
 - от листового металла до упакованного холодильника;
- >>> оборот компании – 9,5 млрд рублей за 2019 год;
- >>> производственная мощность – 260 000 витрин в год;
- >>> производственные площади завода – более 27 000 кв. м;
- >>> более 1000 сотрудников;
- >>> доля экспорта в 2019 году – 34%;
- >>> признана лучшим промышленным предприятием-экспортёром 2018 года;
- >>> работает по стандартам ISO 9001 и ISO 14001;
- >>> за 10 лет компания снизила энергопотребление витрин на 50%;
- >>> использует только озонобезопасные хладагенты;
- >>> второй год подряд входит в золотой рейтинг EcoVadis;
- >>> внедрено бережливое производство Lean management и 6S.

Андрей Ревков, «Фригогласс Евразия»:

“ В коронакризис мы делали больше, чем было возможно, и победили! ”

– Андрей Владимирович, как Frigoglass переживает коронавирусный кризис в глобальном масштабе и в России в частности? Какие антикризисные меры принимались на предприятии в Орле?

– К счастью, 2019 год был для нас очень удачным: экономическая ситуация выровнялась после предыдущих потрясений, на российском рынке началась активность, связанная с заменой оборудования на более современное и энергоэффективное. В этом направлении мы являемся лидером, потому год закончили отлично и вышли в 2020-й с большим количеством заказов.

Но у нашего бизнеса очень высокая сезонность: около 70% всего производства приходится на первое полугодие. Ведь наш сегмент – производство брендированных холодильников со стеклянной витриной для продажи бутилированной

и пакетированной продукции, а наши клиенты – отчасти производители продуктов питания, но в большей степени – напитков, безалкогольных и алкогольных, в том числе пива. Их потребление носит сезонный характер и активизируется примерно с майских праздников. К началу сезона клиенты стараются обновить оборудование. Интенсивные отгрузки продукции у нас начинаются в конце февраля, а закончить мы должны не позже конца мая.

Благодаря этому ритму к началу пандемии мы пришли с полными складами материалов и 100%-ной производительностью.

Наш завод можно сравнить с локомотивом, который шёл на полной скорости, когда кто-то дёрнул стоп-кран! К счастью, за счёт набранных оборотов мы смогли с наименьшими потерями проскочить период строгого карантина. Как вы знаете, в его на-

чале все предприятия были остановлены. А резкая остановка производственных линий, выведенных на максимальную производительность, обходится очень дорого и болезненна для любого бизнеса.

Но мы на ситуацию среагировали очень оперативно: вышли с запросом к Минпромторгу РФ на включение завода в список системообразующих предприятий. И благодаря оперативности сотрудников министерства (за что огромное им всем спасибо) нас очень быстро включили в этот перечень, где находилось на тот момент менее 200 предприятий. А в результате активной работы с администрацией и при их серьёзной поддержке мы убедили команду губернатора, что сможем обеспечить безопасные условия для всех работников. Обеспечили всех сотрудников (на тот момент – 1500 человек)

средствами индивидуальной защиты, помещения – санитайзерами, ввели соблюдение социальных дистанций. Это потребовало серьезных усилий и изменения технологических цепочек на конвейере, но было сделано очень быстро.

И в результате предприятие простояло всего неделю!

Если бы мы встали надолго, то не смогли бы выполнить набранные заказы. Правда, и с заказами не всё было гладко: в начале карантина многие клиенты раздумывали, не отозвать ли размещённые ордера. Но с большинством партнёров мы смогли договориться, убедить, что сделаем всё в срок, как обещали. Конечно, какое-то количество отказов было, в основном от партнёров из стран Европы, где сложилась очень тяжёлая ситуация и принимались суровые карантинные меры. И то это скорее перенос заказов на конец нынешнего года и начало 2021-го.

А мы исполнили все свои обязательства, показав себя очень надёжным производителем и поставщиком, способным преодолеть даже глобальные трудности.

Клиенты получили всё заказанное оборудование в срок, а многие из них даже сумели воспользоваться ситуацией, чтобы завоевать новые для себя рынки и оттеснить конкурентов.

К сожалению, в остальных странах, где есть наши заводы, ситуация с локаут-ом развивалась по пессимистическому сценарию и все заводы группы Frigoglass были закрыты. В частности, завод в Румынии, основная производственная площадка для наших европейских клиентов, и завод в Индии простояли до отмены ограничений, сезон оказался практически потерян. Сейчас всё восстанавливается, но для группы это было серьёзное потрясение. Помогла географическая диверсификация нашего бизнеса. Как говорится, если в одном месте пусто, то в другом обязательно густо.

Наше предприятие выполняет все поставленные планы, но как часть группы чувствуем общее напряжение.

И нам тоже пришлось провести оптимизацию. Однако нужно сказать, она в большей степени связана с сезонностью: до середины июля мы работаем очень интенсивно, потом количество заказов уменьшается, нам приходится распускать временный состав – это уже многолетняя практика. Если ситуация стабилизируется и количество заказов во втором полугодии будет обычным, мы сможем быстро набрать людей, как и всегда.

– Принимала ли компания участие в благотворительности в столь непростое время?

– Конечно, мы помогали и помогаем гражданам – и не только в своём регионе! В пик пандемии в шесть больниц Орла

и области компания бесплатно поставила холодильники для столовых и для хранения лекарств. Аналогичное оборудование нами было поставлено и в две больницы Москвы.

Кроме того, запас медицинских масок мы успели приобрести ещё до острого дефицита на них и потом делились с больницами Орла.

– Как отразился кризис на поставках импортных комплектующих? Удалось ли избежать простоев, связанных с этим?

– Конечно, трудности, связанные с этим, были. Особенно это касалось комплектующих из Китая, который первым ушёл на карантин.

Но подавляющую часть материалов мы успели закупить и привезти ещё до пандемии и ограничений с импортом.

Да, запас был, однако кое-чего не хватало, и приходилось выходить из положения. Недостающие комплектующие мы везли самолётами. Приходилось использовать все ресурсы и возможности, договариваться с перевозчиками и таможней, чтобы обеспечить доставку ключевых компонентов. Скажу так: мы делали больше, чем было возможно! И победили, сумев без серьёзных потерь пройти столь сложный период.

– В одном из предыдущих интервью вы говорили, что кризисы прошлого компания пережила достаточно легко. Возможно, «антикризисные рецепты от Frigoglass» помогут вам и в этом случае? Или данный кризис принципиально отличается от предыдущих и готовых «рецептов» здесь не существует?

– Коронакризис уникален, ведь это не просто экономический кризис: ни с чем подобным мир раньше не сталкивался. На ум приходят только древние эпидемии чумы и холеры, но тогда всё было абсолютно другим: уровень медицины, скорость распространения инфекции, мировое устройство.

В общем, готовых «рецептов» не было ни у кого и мы действовали по обстоятельствам, руководствуясь здравым смыслом, преследуя одну лишь цель – не подвести своих клиентов и выполнить все взятые на себя обязательства.

– Как повлиял кризис на ваш сегмент рынка? Каковы прогнозы по его восстановлению?

– Сегмент потребителей нашей продукции пострадал сильно, особенно мелкий и средний бизнес на ритейле, представители сегментов HoReCa и общественного питания. Они тяжело выходят из кризиса, многие разорились. А у наших основных клиентов, например пивных компаний, большие продажи приходятся на этот сегмент.

Кризис повлиял и на покупательную способность – драйвер для всех наших клиентов. В результате вряд ли кто-то из них выйдет на объёмы, запланированные в 2019-м на текущий год. Стагнация и даже снижение рынка будут наблюдаться как минимум год. Дальше всё зависит от того, как быстро появится вакцина от коронавируса и какова будет ситуация с пандемией.

– Говорят, кризис – не только трудности, но и «окна новых возможностей». Вы для своей компании такие «окна» видите?

– Кризис, безусловно, можно использовать и для развития, если подойти к ситуации творчески, как многие наши клиенты и сделали. Например, многие компании решили, что смысла отзывать сделанные заказы нет. И использовали ситуацию, чтобы серьёзно обновить парк оборудования и оттеснить конкурентов в момент, когда торговые точки были свободны от посетителей.

Для своей компании мы тоже увидели «окна роста». Помимо производства холодильных витрин развиваем ещё и сервис. А в условиях пандемии он оказался очень востребованным: продуктовые торговые точки продолжали работать, надо было поддерживать оборудование. Мы получили пропуск для сотрудников наших сервисных центров, и они активно трудились в период самоизоляции во всех регионах.

Планируем активно развивать это направление: синергия основного производства и сервиса даёт дополнительные преимущества на рынке. Надёжное оборудование вкупе с таким же надёжным сервисом – большой плюс в глазах клиентов!

– Вмешался ли кризис в реализацию готовившихся проектов? Какие новинки вы можете предложить потребителю?

– Кризис замедлил реализацию многих проектов, хотя бы потому, что перемещение сотрудников затруднено. Например, инженеры из Греции до сих пор не могут попасть на наш завод, а их присутствие необходимо для реализации некоторых проектов. Тем не менее – к следующему сезону мы выводим на российский рынок новый модельный ряд холодильников. Линейка называется «Макс», и это максимально современное холодильное оборудование. В новом сезоне мы будем «Макс» активно продвигать и надеемся, что наши клиенты оценят преимущества данных моделей. Серьёзно рассматриваем и другие сегменты бизнеса, направления, которые пока держим в секрете. Но скоро выведем на рынки принципиально новый для Frigoglass продукт.

**Беседовала
Елена Александрова**

FRIGOGLASS EURASIA IN NUMBERS AND FACTS

- >>> Frigoglass Eurasia is part of the GC Frigoglass (Greece), which includes **9** plants and sales offices located in more than **150** countries;
- >>> works in Russia since **2000**;
- >>> the company is the key partner of such international brands as **Coca-Cola HBC, PepsiCo, IDS Borjomi, HEINEKEN, Carlsberg, Danone** and others;
- >>> it is one of the largest enterprises in the **Orel** region;
- >>> a full cycle production: **from metal sheet to packed cooler**;
- >>> the turnover of the company for **2019** is **9.5** billion rubles;
- >>> production capacity is **260,000** display refrigerators per year;
- >>> production area of the plant is more than **27,000** sq. m;
- >>> more than **1000** employees;
- >>> export share in **2019** is **34%**;
- >>> was acknowledged as the **best industrial exporter in 2018**;
- >>> operates according to **ISO 9001 and ISO 14001** standards;
- >>> for **10** years the company has reduced the energy consumption of display refrigerators by **50%**;
- >>> uses only **ozone-friendly coolants**;
- >>> the second year in a row is included in the **golden rating of EcoVadis**;
- >>> the company has implemented **Lean Management and 6S**.



Frigoglass Group of Companies is sometimes called the International Empire of Cold: the share of its products on the global market of refrigeration equipment is more than 65% and increasing further. All this would be great, but COVID-19 - the scourge of current times, as it turned out to be, was not afraid of the cold... It is able to live for some time even at -20 °C, and at the average temperature of the refrigerator, about +4 °C, it remains active for three days. The insidious virus survives on freezers walls and, on the contrary, has become a hazard to the Empire of Cold, as well as to the most part of companies in the world from various fields. Andrey Revkov, Commercial Director of Frigoglass in Russia, CIS and Baltic countries, told us about Frigoglass Eurasia located in Orel, which is a representative of Frigoglass Group in Russia, about its experience in coronavirus crisis.

Andrey Revkov, Frigoglass Eurasia:

“We got in front of ourselves during the coronacrisis and won!”

– Mr. Revkov, how is Frigoglass experiencing the coronavirus crisis on a global scale and in Russia in particular? What kind of anti-crisis measures were taken at the plant in Orel?

– Fortunately, the year 2019 was very successful for us: the economic situation leveled off after the previous turmoil, the Russian market began to be active in replacing the equipment with more modern and energy efficient models. We are the leader in this direction, so we have finished the year brilliantly and came out in 2020 with lots of orders.

But our business has a very high seasonality: about 70% of all production is accounted for the first half of the year. After all, our segment is the production of branded coolers with a glass display case for selling bottled and packaged products, and our customers are partially producers of food, but to a greater extent – of drinks, non-alcoholic

and alcoholic beverages, including beer. Their consumption is seasonal and intensifies starting approximately with the May holidays. When the season starts, clients try to renew their equipment. Intensive shipments of our products begin at the end of February, and we must finish no later than the end of May.

Thanks to this pace, we had reached the beginning of the pandemic with full-stock inventories and 100% capacity.

Our factory can be compared to a locomotive that was running at full speed when someone pulled the stop crane! Fortunately, with the speed gained, we were able to skip the strict quarantine period with the smallest losses possible. As you know, in the beginning of this period all the enterprises were stopped. A sharp stoppage of production lines, brought to maximum productivity, is very expensive and painful for any business.

But we responded very quickly to the situation: we made a request to the Ministry of Industry and Trade of the Russian Federation to include the plant into the list of backbone strategic enterprises. And thanks to the responsiveness of the employees of the Ministry (for which we thank them all very much) we were included in this list very quickly, at that time there were less than 200 enterprises on the list. And as a result of active work with the administration and their serious support, we convinced the team of the governor that we would be able to provide safe conditions for all the employees. We provided all employees (at that time – 1500 people) with personal protective gear, the premises were provided with sanitizers, and observance of social distances was introduced. This involved serious efforts and changes in technological chains on the conveyor, but was done very quickly.

As a result, the company was idle for only a week!

If we had stood up for a long time, we would not have managed to fulfill the orders we had received. Nevertheless, not everything was going well with orders: at the beginning of the quarantine, many customers considered withdrawing placed orders. However, we managed to come to an agreement with most partners and convince them that we would do everything on time, as promised. Of course, there were a few refusals, mainly from partners from European countries, where the situation was very difficult and strict quarantine measures were taken. These were rather postponements of orders to the end of this year and the beginning of 2021.

We have fulfilled all our obligations, showing ourselves to be a very reliable manufacturer and supplier, able to overcome even global difficulties.

Customers received all the ordered equipment on time, and many of them even managed to take advantage of the situation to conquer new markets for themselves and to push back competitors.

Unfortunately, in the other countries where we had our plants, the situation with lockout developed according to a pessimistic scenario and all the plants of Frigoglass Group were closed. Particularly, the plant in Romania, the main production site for our European customers, and the plant in India were idle until the restrictions were lifted, the season was almost lost. Now everything is recovering, but for the group it was a serious shock. We benefited from the geographical diversification of our business. As the saying goes, stuff one place and starve another.

Our enterprise is fulfilling all the set plans, but as a part of the group we feel the common strain.

We also had to carry out optimization. Nevertheless, it must be said that it was mostly due to seasonality: until the middle of July we work very intensively, then the

number of orders decreases, we have to dissolve the temporary staff – it's already a long-term practice. If the situation stabilizes and the number of orders in the second half of the year is normal, we will be able to recruit people promptly, as always.

– Has the company been involved in charity during such a difficult time?

– Of course, we have been helping our fellow citizens – and not only in our region! At the peak of the pandemic the company provided free coolers for canteens and storage of medicines to six hospitals in Orel and the region. We also supplied similar equipment to two hospitals in Moscow.

Besides, we managed to buy a reserve of medical masks even before the acute deficit on them and then shared them with the hospitals of Orel.

– What was the impact of the crisis on the supply of imported components? Have you managed to avoid breakdowns associated with this?

– Of course, there were some difficulties associated with it. This was especially true for components from China, which was the first to undergo quarantine.

But we managed to buy and deliver most of the materials even before the pandemic and import restrictions.

There was a stock, but some things lacked, and we had to get out of the situation. The missing components were brought by airplanes. We had to use all the resources and opportunities, negotiate with carriers and customs to ensure the delivery of key components. Let me put it this way: we got in front of ourselves! And we won, having managed to pass such a difficult period without serious losses.

– In one of your previous interviews you said that the company experienced the crises of the past quite easily. Were that «anti-crisis recipes from Frigoglass» which helped you in this case too? Or this crisis was fundamentally different from the previous ones and there were no ready-made «recipes» here?

– The coronacrisis is unique, as this is not just an economic crisis: the world has never faced anything like this before. Only the ancient plague and cholera epidemics come to mind, but everything was absolutely different then: the level of medicine, the rate of infection, the world organization.

In general, no one had ready «recipes», and we acted according to the circumstances, guided by common sense, pursuing only one goal – not to let our clients down and fulfill all our obligations.

– How has the crisis affected your market segment? What are the forecasts for its recovery?

– The consumer segment of our products has been hit heavily, especially small and medium businesses in retail, HoReCa and catering. They are struggling to come out of the crisis, many have crashed. And our main customers, like beer companies, used to have large sales in this segment.

The crisis has also affected the purchasing power – driver for all our customers. Consequently, it is unlikely that any of them will reach the volumes planned in 2019 for this year. The market will stagnate or even decline for at least a year. Further on, everything depends on how quickly the coronavirus vaccine will appear and what the situation with the pandemic will be.

– Some say that crisis means not just difficulties, but also «windows to new opportunities». Do you see such «windows» for your company?

– The crisis, of course, can be used for development, if you approach the situation creatively, as many of our clients did. For example, many companies have decided that it makes no sense to withdraw their orders. They used the situation to upgrade the equipment park and push away competitors at the moment when the retail outlets were free of visitors.

We have also observed «the windows of growth» for our company. Besides the production of refrigerating displays, we also develop our service. In the conditions of the pandemic, it proved to be very popular: food outlets continued to work, we had to maintain the equipment. We received permits for employees of our service centers, and they worked actively during the period of self-isolation in all regions.

We are going to develop this area intensively: the synergy of main production and service gives additional advantages on the market. Reliable equipment combined with the equally reliable service is a big advantage in the eyes of customers!

– Has the crisis affected the implementation of prepared projects? What novelties can you offer the consumer?

– The crisis has delayed implementation of many projects, at least because relocating employees was difficult. For example, engineers from Greece have been unable to get to our plant so far and their presence is required for some projects. Nevertheless, by the next season we are bringing a new range of coolers to the Russian market. The line is called «MAX», and these are the most modern refrigeration displays. In the new season MAX will be actively promoted and we hope that our clients will appreciate the advantages of these models. We also consider other business segments, the directions, which we keep in secret now. But soon we will launch a fundamentally new for Frigoglass product.

**The interview was prepared
by Elena Alexandrova**

УЙТИ НА «УДАЛЁНКУ» ЗА ОДИН ДЕНЬ БЕЗ ПОТЕРЬ



Арсений считает, что кризис разделит компании на три условных типа: «Есть компании, которые остановили все процессы с началом пандемии. Это часть малого бизнеса пострадавших отраслей, туристические фирмы, интертеймент-компании. Сейчас они оптимизируют затраты, ищут для себя новые ниши.

Второй тип – крупные компании, драйверы российской экономики. Они отреагировали на кризис моментально, сократив часть инвестиционных проектов, но не сдали позиции, активно набирая антикризисных руководителей и IT-сотрудников.

Третий тип – компании отраслей e-commerce, продуктовый ритейл и всевозможные курьерские службы. Многие из них воспользовались ситуацией и подняли выручку в 3-4 раза».

– Арсений, на ваш взгляд, бизнес «распробовал» преимущества найма удалённых сотрудников или силу живого общения не заменить?

– Многие крупные компании оставят часть персонала на «удалёнке» навсегда. Например, IT-специалистов. Позже это бу-

«Успешные предприниматели имеют схожую ДНК. В них присутствует дух борьбы и ответственности за команду. Их качества – выживаемость, упорство, смекалка. Они мыслят стратегически, принимают прорывные решения, умеют рисковать и понимают, что за упадком будет рост. Использовать кризис, чтобы вырваться вперёд за счёт эффективного менеджмента – это их стиль жизни», – рассказал владелец рекрутингового агентства Selecty **Арсений Федоткин.**

дет касаться и других офисных должностей. Есть такой стереотип, если ты удалённый, значит, филошишь. Сейчас многие компании начинают всё воспринимать иначе.

Для IT-индустрии «удалёнка» оказалась позитивным трендом, поскольку здесь заняты свободолюбивые высокоорганизованные люди. Они в большей степени интроверты, им проще работать самостоятельно. Согласно нашим данным, эффективность разработки в нескольких крупных компаниях даже выросла. Люди экономят время и силы на дороге. Для компаний удалённый формат работы – это экономия не только на аренде, но и на административных расходах и обслуживающем персонале. Сотрудничая с удалёнными, можно рассматривать региональных сотрудников, которые стоят на 20-30% дешевле. А также это позитивно скажется на HR-бренде и у вас получится подбирать уникальных специалистов, которые просто не готовы выходить в офис.

– Вы перевели свою компанию на «удалёнку» за день. Как?

– Нам было проще, поскольку мы изначально стартовали как удалённая команда. Все наши процессы были автоматизированы, и мы могли работать хоть с Мальдивских островов.

Затем мы выросли до 60 человек и перешли в офис, став самой большой компанией по подбору IT-специалистов в России.

Уйти на «удалёнку» за один день без потерь нам помогли именно высокий уровень автоматизации и чёткие KPIs. У нас продуманная информационная система, включая дашборды, позволяющие держать руку на пульсе. Все остальные коммуникации мы ведём в рабочих чатах «Телеграм» и Jira.

Прозрачные KPIs позволяют отслеживать не то, сколько человек работает, а насколько он эффективен, неважно где – в офисе или на «удалёнке». Всё, что мы изменили – добавили планёрки два раза в неделю и регулярные сессии командообразования.

– Что позитивного, на ваш взгляд, пандемия дала рынку труда и бизнесу?

– Это сам формат удалённой работы, открывающий массу возможностей, о которых я сказал выше. Теперь можно не привязываться к географии и работать, опираясь на достижение показателей, а не бороться с «ветряными мельницами»: опозданием сотрудников и соблюдением графиков. На первый план выходит качество организации процессов. Ещё один позитивный бонус – работодатель увидел неэффективных людей в команде. Стало понятно, кого оптимизировать, а кого повышать в должности с пересмотром заработной платы.



“Successful entrepreneurs have similar DNA. They have a spirit of debate and responsibility for their teams. Their character traits are survivability, determination, ingenuity. They think strategically, make breakthrough decisions, know how to take risks and understand that there is growth following decay. To use a crisis to advance through effective management is their lifestyle,” says Arseniy Fedotkin, owner of the Selecty recruitment agency.

TO GO “ONLINE” IN ONE DAY WITHOUT CASUALTIES

Mr. Fedotkin believes that the crisis has divided the companies into three conditional types: “There are companies that have stopped all processes with the beginning of the pandemic. These are a part of small business of the suffered industries, travel companies, entertainment companies. Currently they are optimizing costs, looking for new niches for themselves.

The second type consists of large companies, drivers of the Russian economy. They immediately responded to the crisis by reducing some investment projects, but did not give up their positions, actively recruiting anti-crisis managers and IT staff.

The third type – e-commerce companies, food retail and all kinds of courier services. Many of them took advantage of the situation and raised their revenues by 3-4 times.”

– Mr. Fedotkin in your opinion, has the business “evaluated” the advantages of hiring remote employees or there is no alternative to live communication?

– Many large companies will retain part of their staff “remotely” forever. For example, IT specialists. Later on, this will apply to other office positions as well. There’s a stereotype that if you’re a remote employee, you’re idle. Many companies start to see things in a different way now.

For IT industry, remote working has proved to be a positive trend, because here highly organized freedom-loving people are busy. They are more introverted, it is easier for them to work independently.

According to our data, the efficiency of development in several large companies has even increased. People save time and energy which used to be spent on the road. For companies, the remote format of work means not only savings on rent, but also on administrative costs and servicing personnel. By cooperating with remote developers, you can consider regional employees, which cost 20-30% cheaper. And it will also have a positive impact on the HR-brand and you will be able to select unique specialists who are simply not ready to go to the office.

– You switched your company to “remote” in one day. How have you managed to do that?

– It was easier for us because we originally started as a remote team. All our processes were automated, and we could work from anywhere.

Then we grew up to 60 people and moved to the office, becoming the largest company in Russia for the recruitment of IT-specialists.

These were the high level of automation and accurate KPIs that helped us to go to “remote” in one day without casualties. We have a well-thought-out information system, which includes dashboards that allow us to control the progress. All other communications are conducted in working chats on Telegram and Jira.

Transparent KPIs allow us to monitor not time of a worker’s operation, but efficiency of his work, no matter in the office or online. All we’ve changed is adding strategy sessions twice a week and regular teambuilding sessions.



– In your opinion, what positive has the pandemic brought to the labor market and business?

– It is the very format of remote working that offers a lot of opportunities, described above. Now it is possible not to be attached to geography and to work relying on the achievement indicators, instead of fighting “windmills” of lagging employees and observing schedules. The quality of the processes organization comes to the forefront. Another advantage is that the employer could see ineffective people in the team. It became clear who to optimize and who to promote with reconsideration of salary.



Завод «Мерседес-Бенц»: эффективное производство в условиях новой действительности

О КОМПАНИИ

ООО «Мерседес-Бенц Мануфэкчуринг Рус» – компания концерна Daimler AG, созданная в 2017 году для обеспечения работы первого завода по производству легковых автомобилей Mercedes-Benz в России. Официальное открытие завода состоялось 3 апреля 2019 года, строительство заняло менее двух лет. Завод Mercedes-Benz является частью глобальной сети Mercedes-Benz Cars Operations, насчитывающей более 30 производственных площадок по всему миру. Территория производства включает в себя административное здание, три производственных цеха, складской, логистический центр и другие площадки. На производстве Mercedes-Benz применяется множество современных технологий: в лакокрасочном покрытии используются материалы на водорастворимой основе, кузова между цехами перемещают беспилотные транспортные системы, трансформируемое оборудование и автономная доставка материалов позволяют ещё эффективнее реагировать на запросы клиентов. За счёт применения автоматических самоходных тележек, доставляющих компоненты на участки сборочной линии по всему цеху, возможна интеграция в серийное производство различных типов и модификаций кузова, а также их производных вариантов. Завод производит четыре модели Mercedes-Benz для локального рынка: седан Е-Класс и внедорожники GLC, GLE, GLS.

3 апреля 2020 года завод Mercedes-Benz отметил год своей работы на территории Московской области. За это время в производство были запущены бестселлеры российского рынка: седан Е-Класс, внедорожники GLC, GLE, GLS. Сейчас на заводе работает более 1000 сотрудников.

С начала пандемии компания адаптировалась к изменениям: производство было приостановлено на две недели с дальнейшим постепенным возобновлением работы.

Аксель Бензе, генеральный директор ООО «Мерседес-Бенц Мануфэкчуринг Рус»:

«Здоровье и безопасность наших сотрудников – наш главный приоритет. В соответствии с требованиями органов власти мы приостанавливали производство: пауза дала нам возможность обеспечить безопасную инфраструктуру для дальнейшей работы сотрудников.»

Кризисная ситуация, с которой мы столкнулись, – это вызов для индустрии и всего мира, но она также дала нам возможности для поиска новых решений: для нас было важно адаптироваться, мобилизовать силы и найти инструменты для продолжения производства в новых условиях.»

Цифровые решения и гибкие бизнес-процессы позволили организовать

удалённый режим работы для сотрудников. Ежедневные совещания и воркшопы проходили в формате видеоконференций. Целью компании было максимальное сокращение личных контактов для обеспечения безопасности всех сотрудников.

После постепенного возобновления работы производства инфраструктура была организована так, чтобы обеспечить максимально эффективное и безопасное взаимодействие сотрудников: эргономика пространства завода позволила обеспечить необходимую социальную дистанцию с усиленным соблюдением всех санитарно-эпидемиологических мер. Передача смен на производстве была организована в digital-формате.

«Подразделения Mercedes-Benz по всему миру объединили усилия, обменивались лучшими практиками, чтобы обеспечить безопасность сотрудников и продолжить работу бизнеса. Этот опыт показал, как важно держаться вместе и поддерживать друг друга, чтобы потом двигаться вперёд быстрее.»

Благодаря нашим общим усилиям и слаженной работе команды мы смогли стать сильнее и продолжить эффективное производство в условиях новой действительности. Сейчас мы реализуем свою главную задачу – создаем автомобили Mercedes-Benz неизменного премиального качества для наших клиентов», – говорит Аксель Бензе.



ABOUT THE COMPANY

Mercedes-Benz Manufacturing Rus is the subsidiary of Daimler AG, established in 2017 to provide operations of the first Mercedes-Benz passenger cars plant in Russia. On April 3, 2019 the grand opening ceremony was held, the construction took less than 2 years. The plant is a part of the global production Mercedes-Benz Cars Operations network with more than 30 locations worldwide.

There are an administrative building, three production shops, a warehouse, a logistic center and other sites on the territory of the plant. Production at the Mercedes-Benz Moscovia plant is characterized by lots of modern technologies: water-soluble materials are used in the paint shop, bodies are moved between the subsections by driverless transportation systems, transformable equipment and autonomous delivery of materials allow to respond even more effectively to the needs of customers. Automated shopping cart systems deliver components to the assembly line sites throughout the workshop – it makes possible to integrate into mass production the various types and modifications of the body, as well as their derived versions. The plant produces four Mercedes-Benz models for the local market: E-Class sedan and the SUV models: GLC, GLE, GLS.



Mercedes-Benz Plant: efficient production in the new normality

On April 3, 2020 Mercedes-Benz Moscovia plant celebrated its first year of production in the Moscow region. During this time the production of the bestsellers of the Russian market was launched: the E-Class sedan, GLC, GLE and GLS. Now there are more than 1000 employees working at the plant.

Since the pandemic, the company has adapted to changes: the production was suspended for two weeks with a gradual resumption of work.

Axel Bense, Mercedes-Benz Manufacturing Rus CEO:

"The health and safety of our employees is the top priority for us. In compliance with the local authorities' restrictions we suspended the production – this pause gave us the opportunity to provide safety infrastructure for our employees' further work.

The coronavirus crisis we faced became

a challenge for the industry and for the world, but it also gave us opportunities for development. It was very important for us to adapt, mobilize our forces and find new solutions to continue production in the new conditions."

Digital solutions and flexible business processes made it possible to organize remote work for employees. Daily meetings and workshops were held via video conferences. The company's goal was to minimize personal contact to ensure the safety of all employees.

After the gradual resumption of production, the infrastructure was organized to ensure the most effective and safe interaction of employees: the ergonomics of the space of the plant allowed to provide social distance with strengthening of all sanitary and epidemiological measures. Digital shift handovers were also introduced.

"Mercedes-Benz divisions all over the world joined forces and exchanged best practices to ensure employees safety and to provide the efficient operation of the business. This experience has shown how important it is to stay together and support each other to get opportunity to move forward faster then.

Thanks to our joint efforts and well-coordinated work of the team, we were able to become stronger and to continue working effectively in the new reality. Now we are focused on the main goal – to produce Mercedes-Benz cars for our customers with a proven premium quality", says Axel Bense.





«Салым Петролеум»: «В условиях пандемии работаем на опережение!»

Как учит нас нынешний коронакризис, мир нынче пронизаем насквозь и от COVID-19 не спрячешься в отдалённых регионах. Печальным доказательством тому стали коронавирусные вспышки в Якутии, на Чаяндинском нефтегазоконденсатном месторождении, и на руднике компании «АЛРОСА», а также на Приобском месторождении в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре. Компания «Салым Петролеум», чьи лицензионные участки и вахтовые посёлки также расположены в ХМАО, начала вводить меры по противодействию завозу коронавирусной инфекции уже 10 марта. С этого дня начал действовать режим повышенной готовности во всех офисах компании и на Салымской группе месторождений.

О КОМПАНИИ

Компания «Салым Петролеум Девелопмент Н.В.» (СПД) – совместное предприятие, созданное в 1996 году для освоения Салымской группы нефтяных месторождений в Западной Сибири. Акционерами СПД являются на паритетных началах «Шелл Салым Девелопмент Б.В.» и ПАО «Газпром нефть».

Лицензионные участки, которые разрабатывает «Салым Петролеум Девелопмент», находятся в Нефтеюганском районе Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.

«Салым Петролеум» активно применяет новейшие технологии в области добычи нефти, повышения нефтедобычи и первой из компаний в России оборудовала весь фонд скважин системами удалённого мониторинга и управления «умными месторождениями».

зованную ERP-систему нового поколения SAP S/4HANA, предназначенную для управления ресурсами.

«Салым Петролеум» ежедневно генерирует колоссальный объём данных по разным направлениям, который необходимо анализировать, повышая эффективность процессов. В компании действует проект Business Intelligence (BI) – компьютерные методы и инструменты, обеспечивающие перевод деловой информации в подходящую для бизнес-анализа форму.

Но все эти цифровые решения – только одна из составляющих работы. Другая – всегда люди, и многое зависит от внутренней динамики и зрелости микро- и макрокоманд. В «Салым Петролеум» стабильно высокая вовлечённость персонала, нет барьеров между сотрудниками и руководством. Поэтому ещё больше «удалёнки» не стало проблемой. Сотрудники быстро мобилизовались и учились управлять своей эффективностью в условиях «удалёнки». И всё же HR-департамент и руководители команд начали выявлять признаки стресса. Его причиной стала эмоциональная депривация: людям не хватало неформальных контактов, обычных для офиса.

Это создавало тяжёлый эмоциональный фон. Поэтому быстро стали создаваться онлайн-площадки для общения и поддержки эмоциональной связи: онлайн-йога, чтения в эфире корпоративного «Инстаграма», скайп-сессии по личной эффективности, обмен опытом в разных жизненных ситуациях.

Руководство компании проводит еженедельные таун-холлы в режиме онлайн, позволяющие не только услышать решения по производственным и управленческим ситуациям напрямую от гендиректора, но и сразу, в прямом эфире, задать вопрос и получить ответ.

Безопасность и здоровье сотрудников компании и её подрядных организаций – ключевой приоритет «Салым Петролеум».

На территории Салымской группы месторождений организованы буферные зоны, где созданы все необходимые условия для контроля здоровья и самочувствия заезжающего и выезжающего вахтового персонала.

«Салым Петролеум» продолжает профессионально, организованно и на опережение проводить комплекс противоэпидемических мероприятий.

В любых обстоятельствах мы интегрируем лучшие производственные практики и опыт компаний-акционеров, ПАО «Газпром нефть» и концерна «Шелл», – это безопасное управления активами и персоналом по всему миру в разных обстоятельствах и условиях. Опираясь на этот опыт, мы уделяем приоритетное внимание заблаговременному планированию и проработке всех возможных сценариев развития событий.

«Глобальные вызовы, такие как пандемия COVID-19, учат общество, компании и людей смирению и гибкости. Мы должны быть готовы и адаптироваться к изменениям, должны находить адаптируемые бизнес-сценарии. У нас есть обязанность уделять первоочередное внимание здоровью и безопасности в сообществе; я считаю, что для этого необходима приверженность вовлечению и налаживанию взаимосвязей на уровне любой компании. Для команд руководителей это обязанность и возможность проложить курс от кризисного управления к восстановлению, возрождению и дальнейшему росту», – Майкл Коллинс, генеральный директор «Салым Петролеум».

ЦИФРЫ И ФАКТЫ

- Более **1400** действующих скважин;
- накопленная добыча нефти – **89,4** млн тонн;
- **6** лицензионных участков:
- **3** – на разведку, **3** – на добычу;
- более **98%** утилизации попутного газа;
- **500** км промысловых трубопроводов;
- более **500** млрд рублей налоговых выплат в бюджет;
- **1,2** млрд социальных инвестиций.



“Proactively Moving ahead during the Pandemic!”

The current coronavirus crisis shows that the world is permeable, and you cannot get away from COVID-19 just by hiding in some far-off place. A sad proof of that are the coronavirus outbreaks in Yakutia, at the Chayandinsky oil and gas condensate field, at the ALROSA open-pit mine as well as at the Priobsky field in Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug – Ugra. Salym Petroleum, whose license fields and rotator housing are also located in KhMAO, started taking steps to prevent coronavirus infection as early as on 10 March. From this date, the high alert mode was announced at all offices of the company and at the Salym Group of fields.

– Generally speaking, distant asset supervision is a routine task at Salym Petroleum, the company leadership says.

– Production infrastructure is in the Nefteyugansk District of KhMAO – Ugra, while the control is based on the “Smart Field” principle, making possible remote monitoring and supervision of downhole and surface equipment and facilities.

Digital tools allow us not only to monitor but also to supervise processes. You can watch online what is going on at all facilities of the fields. Online supervision is done via the SCADA system. A special tool helps supervise a group of wells and change their operation mode. Therefore, you do not have to physically go to the field: you can do everything remotely.

At the Salym Group of fields the Eagle Eye (EE) project is currently ongoing in the test mode. It is aimed at predictive failure prevention and availability of the core equipment.

SPD is working on the development of the Oilfield Development System (ODS). The system integrates geological data and current operation modes of the oil production equipment in the real time mode.

Digitalization has also affected business processes. In July, the company launched SAP S/4HANA, a localized Enterprise Resource Planning (ERP) system of a new generation.

Daily Salym Petroleum generates a huge amount of data in different areas that must be analyzed to increase process efficiency. The company is running the Business

Intelligence (BIS) Project that integrates computer methods and tools to convert business information into the format suited for business analysis.

However, all these digital solutions are only one component of the work. The other part is the people – a lot depends on the internal dynamics and maturity of micro and macro teams. High level of personnel involvement is typical for Salym Petroleum. The company has no barriers set between employees and the leadership. Therefore, the growing amount of distant work was not a problem. Our colleagues braced themselves and learnt how to increase their own efficiency while working remotely. However, at some point the HR Department and the team leads began noticing the signs of stress, caused by emotional deprivation. People were missing informal contacts they used to have in the office.

FACTS AND FIGURES

- More than **1,400** active wells;
- accumulated oil production – **89.4** million metric tons;
- **6** license fields;
- **3** for survey and **3** for production;
- more than **98** percent of associated gas utilization;
- **500** kms of pipelines in operation;
- more than **500** billion RR in tax payments to the budget;
- **1.2** billion RR in social investments.

ABOUT THE COMPANY

Salym Petroleum Development N.V. (SPD) is a joint venture established in 1996 to develop the Salym Group of oilfields in West Siberia. Shell Salym Development B.V. and PAO Gazpromneft are the SPD shareholders on a 50:50 basis.

The license fields of Salym Petroleum Development are in the Nefteyugansk District of the Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug – Ugra.

Salym Petroleum actively applies state-of-the-art technologies of oil production and efficiency. For the first time in Russia the company has implemented Smart Field technology to assist in remote control and supervision of the entire Salym oilfield well stock.

This created an oppressive emotional background. So, we started opening online opportunities for communication and emotional support, such as online yoga, live readings on the corporate Instagram, Skype-sessions on personal efficiency, and sharing your life experiences with others online.

The company leadership holds online weekly townhall meetings that help not only to directly hear out CEO decisions on production and management issues but also allow people to ask questions and get answers in the live mode.

Safety and health of its employees and contractors is the key priority for Salym Petroleum.

Buffer zones have been created in the Salym Group of fields where all the necessary conditions have been set up to monitor health and well-being of the inbound and outbound rotating personnel.

Salym Petroleum continues to professionally implement a set of counter-epidemic prevention measures in an organized and proactive way.

Under any circumstances we are integrating the best production practices and experience of Gazpromneft and Shell, our shareholder companies. Those include safe worldwide asset and personnel management in different surroundings. By tapping on this experience, we give priority to planning and analyzing of all possible scenarios of events to come.

“Global challenges, such as the COVID-19 pandemic teach humility, flexibility for communities, companies and people. We must be prepared and adapt to change, find adaptive business scenarios. We have a commitment to focus on the health and safety of our communities; I believe this requires a commitment across any company to engagement and connect. For management teams there is the burden and opportunity to chart a course from crisis management to recovery, to rebound, and back to growth” – Michael Collins, Salym Petroleum CEO.



Олег Карцов: «Мы будем двигаться дальше, развиваться и помогать друг другу!»

Индустриальные парки являются не только одним из двигателей современной экономики, но и площадкой для привлечения инвестиций. Богородский индустриальный парк является лидером в России согласно национальному рейтингу.

Территория парка развивается на протяжении 15 лет и на сегодняшний день включает в себя 42 компании, представляющие 12 стран мира. Постоянное развитие парка ведёт к повышению уровня жизни населения восточного Подмосковья: создаются новые рабочие места, развивается промышленность, привлекаются инвестиции в регион. Большинство резидентов Богородского индустриального парка – это организации с мировым именем, которые в непростой период пандемии проявили социальную ответственность и оказали помощь нуждающимся.

Руководитель Богородского индустриального парка Олег Васильевич Карцов благодарен всем компаниям-резидентам и рассказал о том, как изменилась работа компаний в период коронавируса и самоизоляции.

«В этот непростой, неожиданный и неизученный период, которым является коронавирус для всех нас, каждое предприятие принимает для себя самостоятельное решение о том, как вести себя в условиях пандемии. Меня переполняет чувство благодарности к нашим предприятиям, которые попадают в такую непростую ситуацию уже в третий раз. Первый кризис произошёл в 2008 году, второй, связанный с введением санкций, пришёл на 2014 год. Кризис же в связи с коронавирусом для нашей компании является третьим. Несмотря на то, что произошёл надрыв внешних коопераций, я с полной уверенностью могу сказать, что компания выстраивает экономическую логику, основываясь уже на экономических связях Российской Федерации и, что особенно приятно, на

экономических связях Подмосковья. И что более отраднo – развиваются кооперации на территории самого парка. Всё это позволяет нам говорить о том, что территория Богородского индустриального парка, как форма экономического содружества, устойчива к внешним обстоятельствам.

В трудных ситуациях все наши компании-резиденты понимают: у них есть не только внутреннее производство, но и командный дух. Многие из них, даже не сомневаясь, расширяют сферу своей деятельности для помощи другим в сложившейся ситуации. Так, компания Peri стала заниматься строительством и поставкой комплектующих для больниц, поликлиник и других учреждений, которые непосредственно связаны с лечением коронавирусной инфекции. Компания Roto Frank, произ-

водящая фурнитуру для окон и дверей, оперативно наладила поставку своей продукции в строящиеся лечебные учреждения по всей России. ООО «НПУ-Системы», производитель полиуретановых компонентов для различных областей применения, переквалифицировало своё производство. Компания организовала контрактное производство дезинфицирующих средств для обработки социальных учреждений и дорог Москвы и Московской области.

На территории Богородского индустриального парка продолжает работу большинство компаний, соблюдая все меры по недопущению распространения коронавирусной инфекции.

Именно сейчас мы не просто не останавливаем свои производства, но и более «агрессивно» выходим на «линию фронта».

ООО «СЕТЕС КОСМЕТИКС» (ORIFLAME)

“ ВО ВРЕМЯ ЧРЕЗВЫЧАЙНОЙ СИТУАЦИИ МЫ, КАК ПРЕДСТАВИТЕЛИ БИЗНЕСА, ЧУВСТВУЕМ НЕОБХОДИМОСТЬ ВНЕСТИ КОНКРЕТНЫЙ ВКЛАД В БОРЬБУ С РАСПРОСТРАНЕНИЕМ КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ. И МЫ ОБЯЗАТЕЛЬНО ПОБЕДИМ В ЭТОЙ БИТВЕ, НО ТОЛЬКО ВМЕСТЕ, ПОДДЕРЖИВАЯ ТЕХ, КТО ЕЖЕДНЕВНО НАХОДИТСЯ НА ПЕРЕДОВОЙ В БОРЬБЕ С ПАНДЕМИЕЙ! ”

– ПРОКОММЕНТИРОВАЛ
ОЛЕГ АКИЛБАЕВ.

Управляющая компания Богородского индустриального парка подала пример своим резидентам и уже на первом этапе введения ограничений оказала благотворительную помощь Ногинской центральной районной больнице, закупив и передав 20 000 медицинских масок и 400 защитных костюмов для врачей.

Вслед за ООО «Парк Ногинск», компания Hubner, являющаяся резидентом Богородского индустриального парка с 2007 года, производящая ключевые компоненты для общественного транспорта, оказала финансовую помощь больнице Ногинска, где проходят лечение пациенты, заражённые новой коронавирусной инфекцией. Стоит отметить, что финансовая помощь оказывается компанией не впервые. Ранее предприятие оказывало материальную поддержку медицинским и детским учреждениям в отношении проведения спортивных и иных мероприятий.

Предприниматели стараются поддержать медиков всеми возможными способами. Компания Wilo осуществила поставку насосного оборудования в больницы, построенные для борьбы с COVID-19 по всей России. Здоровье населения – один из приоритетов Wilo. В период кризиса предприятие несёт ответственность перед обществом по обеспечению высокопроизводительной продукцией важных объектов жизнеобеспечения, таких как больницы. Оно делает всё возможное для организации бесперебойных поставок своей продукции. На протяжении всего периода пандемии помощь компанией оказывалась неоднократно. Ногинской центральной районной больнице были переданы пять 12-канальных электрокардиографов.

Борьба с пандемией коронавируса проявила настоящее лицо нашего общества. Пока одни люди несерьёзно от-

носились к болезни, другие объединялись, чтобы хоть чем-то помочь врачам. Руководство компании Dr. Theiss также не осталось в стороне и оказало благотворительную помощь центральному штабу г. Мытищи, направив более 1000 паст Lacalut и зубных щёток для врачей, вынужденных в сложившейся ситуации проживать в лечебных учреждениях, не имея возможности находиться дома в привычных условиях.

В этот непростой период в помощи нуждались не только медицинские, но и другие социальные учреждения. В сложной эпидемиологической обстановке Мамонтовская сыроварня безвозмездно передала 350 наборов, состоящих из сыра и молока, стационарному учреждению социального обслуживания Московской области «Пансионат «Ногинский».

ООО «Сетес Косметикс» (Oriflame) были направлены дезинфицирующие сред-





СЕРГЕЙ АБРАМОВ,
генеральный директор
ООО «Хюбнер»:
«Мы чувствуем
потребность в оказании
помощи другим!»

“

МЫ ЧУВСТВУЕМ СОЦИАЛЬНУЮ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА ПРОИСХОДЯЩИЕ СОБЫТИЯ В НАШЕЙ СТРАНЕ, А ТАКЖЕ ЧУВСТВУЕМ ПОТРЕБНОСТЬ В ОКАЗАНИИ ПОМОЩИ ДРУГИМ. МЫ ДАЛЕКИ ОТ МЕДИЦИНЫ, ДАЛЕКИ ОТ ПРОИЗВОДСТВА МЕДИЦИНСКИХ ИЗДЕЛИЙ И ПОТРЕБНОСТЕЙ МЕДИЦИНСКИХ РАБОТНИКОВ. ПОЭТОМУ РЕШИЛИ ОКАЗАТЬ ФИНАНСОВУЮ ПОМОЩЬ ДЛЯ СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ ГОРОДА НОГИНСКА. НА ЭТИ СРЕДСТВА БУДУТ ПРИОБРЕТЕНЫ ЗАЩИТНЫЕ КОСТЮМЫ И ДРУГИЕ СРЕДСТВА ИНДИВИДУАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ ДЛЯ МЕДИЦИНСКИХ РАБОТНИКОВ. ХОТЯ БЫ ТАК МЫ МОЖЕМ ОТБЛАГОДАРИТЬ ВРАЧЕЙ, КОТОРЫЕ БОРЮТСЯ С ПАНДЕМИЕЙ!

ства, жидкое мыло и другая пенно-моющая продукция в медицинские учреждения, дома престарелых и нуждающейся категории граждан Богородского округа.

В День медицинского работника резиденты Богородского индустриального парка – ООО «Сетес Косметикс», АО «БВТ Барьер Рус», ООО «Др. Тайсс Натурварен Рус», ОАО «Хлебпром» – совместно с управляющей компанией ООО «Парк Ногинск» выразили признательность и вручили свою продукцию сотрудникам стационара № 2 ГБУЗ МО «Ногинская ЦРБ». С началом эпидемии стационар был перепрофилирован под инфекционное отделение для приёма пациентов, заболевших коронавирусной инфекцией. Медицинские работники стационара каждый день, рискуя собственным здоровьем, открывали и открывают двери больницы. Эти люди проходят через множество трудностей и лишений, чтобы хоть как-то помочь заболевшим.

Проявив солидарность и оказав поддержку нуждающимся, компании-резиденты Богородского индустриального парка доказали, что в сложной ситуации готовы сплотиться, проявив командный дух, и при необходимости прийти на помощь, причём не только в период кризиса.

ВЛАДИСЛАВ ГЛУХОВ,
генеральный директор
ООО «Др. Тайсс
Натурварен Рус»:

“

В УСЛОВИЯХ ТЕКУЩЕЙ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА ОСОБАЯ НАГРУЗКА ЛЕГЛА НА МЕДИЦИНСКИХ РАБОТНИКОВ, КОТОРЫЕ ТРУДЯТСЯ В КРАЙНЕ ОПАСНЫХ УСЛОВИЯХ, РИСКУЯ НЕ ТОЛЬКО ЗДОРОВЬЕМ, НО И ЖИЗНЬЮ ДЛЯ СПАСЕНИЯ ЗАРАЖЁННЫХ ЛЮДЕЙ И БОЛЬНЫХ ПАЦИЕНТОВ. МНОГИЕ ИЗ МЕДИЦИНСКИХ РАБОТНИКОВ СЕЙЧАС НЕ ИМЕЮТ ВОЗМОЖНОСТИ НАХОДИТЬСЯ ДОМА В ПРИВЫЧНЫХ УСЛОВИЯХ, ПОЭТОМУ РУКОВОДСТВОМ КОМПАНИИ «ДОКТОР ТАЙСС» БЫЛО ПРИНЯТО РЕШЕНИЕ ПОДДЕРЖАТЬ ВРАЧЕЙ.



Oleg Kartsov:

"We will keep on moving, developing and helping each other!"



Industrial parks are not only one of the engines of modern economy; they are also a platform for attracting investments. The Bogorodsky Industrial Park is the leader in Russia according to the national ranking. The territory of the park has been developing for 15 years. By now it includes 42 companies representing 12 countries of the world. Constant development of the park leads to the improvement of the living standards of the population of the eastern Moscow Region: new workplaces are being created, the industry is developing and the investments in the region are being attracted. Most of the residents of the Bogorodsky Industrial Park are world-renowned organizations, which demonstrated social responsibility and provided assistance to the disadvantaged during the difficult period of the pandemic. Oleg Kartsov, the Head of the Bogorodsky Industrial Park, is grateful to all resident companies and tells us how the work of companies has changed during the coronavirus and self-isolation period.





"In this difficult, unexpected and undiscovered period, which is the coronavirus pandemic for all of us, each enterprise makes its own decision on how to behave under the new circumstances of the pandemic. I deeply appreciate our enterprises, which are already in the third time in such a difficult situation. The first crisis took place in 2008 and the second one, related to the implementation of sanctions, took place in 2014. The coronavirus crisis is the third one for our company. In spite of the fact that there was an interruption of external cooperation, I can say with full confidence that the company is building economic logistics on the basis of economic relations of the Russian Federation and, what is especially pleasant, on the basis of economic relations of the Moscow region. The most encouraging about it is that cooperation is developing in the park itself. All this allows us to say that the territory of the Bogorodsky Industrial Park, as a form of economic commonwealth, is resistant to the external factors.

In challenging times all our resident companies understand: not only domestic production they have, but also a team spirit. Many of them, without even hesitation, expand their sphere of activity to help others in the current situation. For example, the PERI company has started to be engaged in construction and supply of components for hospitals, healthcare clinics and other institutions that are directly related to the treatment of coronavirus infection. Roto Frank, which produces fittings for windows and doors, has promptly set up delivery of its products to hospitals under construction throughout Russia. NPU-Systems LLC, the manufacturer of polyurethane components for various applications, has re-qualified its production. The company has organized the contract production of disinfectants for treatment of social facilities and roads in Moscow and the Moscow region.

The majority of companies continue to work on the territory of the Bogorodsky Industrial

Park, complying with all the arrangements for preventing the spread of coronavirus infection.

Now we not simply do not stop the manufactures, but also more "aggressively" break new ground."

The management company of the Bogorodsky Industrial Park has set an example for its residents and provided charitable assistance to the Noginsk Medical District Central Hospital as early as the first stage of the restrictions introduction, by purchasing and handing over 20,000 medical masks and 400 protective suits to doctors.

SERGEY ABRAMOV, CEO of Hubner GmbH: "We feel the urge to help others!"

WE FEEL SOCIALLY RESPONSIBLE FOR THE EVENTS TAKING PLACE IN RUSSIA, AND WE FEEL THE URGE TO HELP OTHERS. WE ARE FAR FROM MEDICINE, FAR FROM PRODUCTION OF MEDICAL DEVICES AND THE NEEDS OF MEDICAL WORKERS. THEREFORE, WE DECIDED TO PROVIDE FINANCIAL ASSISTANCE FOR THE HEALTHCARE SYSTEM OF NOGINSK. THE FUNDS WILL BE USED TO PURCHASE PROTECTIVE SUITS AND OTHER PERSONAL PROTECTIVE EQUIPMENT FOR MEDICAL WORKERS. THAT IS AT LEAST HOW WE CAN THANK THE DOCTORS WHO ARE FIGHTING THE PANDEMIC!

Following the example of Park Noginsk LLC, the Hubner company, which has been a resident of the Bogorodsky Industrial Park since 2007 and which produces essential items for public transport, has provided financial assistance to the Noginsk hospital, where patients affected by the new coronavirus infection are treated. It should be noted that this is not the first time the company has provided financial assistance. Previously, the company provided financial support to medical and youth organizations for sports and other events.

Entrepreneurs try to support the medical professionals in every possible way. Wilo has supplied pumping equipment to hospitals constructed to cope with COVID-19 throughout Russia. Public health remains one of the key priorities of Wilo. During the crisis, the company is responsible before society for providing efficient products to important life support facilities such as hospitals. It takes every effort to ensure an uninterrupted supply of its products. Throughout the entire period of the



CETES COSMETICS LLC (ORIFLAME)

IN AN EMERGENCY SITUATION, WE, AS REPRESENTATIVES OF BUSINESS, FEEL THE DUTY TO MAKE A CONCRETE CONTRIBUTION TO THE FIGHT AGAINST THE SPREAD OF CORONAVIRUS INFECTION. AND WE WILL SURELY WIN THIS BATTLE, BUT ONLY COLLECTIVELY, SUPPORTING THOSE WHO ARE ON THE FOREFRONT OF THE DAILY FIGHT AGAINST THE PANDEMIC!

commented Oleg Akilbayev.

VLADISLAV GLUKHOV, CEO of Dr. Theiss Naturwaren Rus GmbH:

IN THE CONDITIONS OF THE CURRENT CORONAVIRUS PANDEMIC, A SPECIAL BURDEN HAS FALLEN ON MEDICAL PERSONNEL WHO WORK IN EXTREMELY DANGEROUS CONDITIONS, RISKING NOT ONLY HEALTH BUT ALSO LIFE TO SAVE INFECTED PEOPLE AND ILL PATIENTS. MANY OF THE HEALTH WORKERS ARE NOW UNABLE TO STAY AT HOME IN THE USUAL CONDITIONS, SO THE DR. THEISS MANAGEMENT DECIDED TO SUPPORT THE DOCTORS.

pandemic, the company has been repeatedly providing the assistance. Five 12-channel electrocardiographs were handed over to Noginsk Medical District Central Hospital.

The fight against the coronavirus pandemic has shown the true face of our society. While some people were not serious about the disease, others united to help doctors. The management of Dr. Theiss supported Mytishchi by sending more than 1000 Lacalut pastes and toothbrushes to the doctors, who had to live in hospitals without being able to stay at home.

During this difficult period, not only medical but also other social institutions needed help. In the severe epidemiological conditions The Mamontovsky Cheese Making Plant LLC has freely transferred 350 sets consisting of cheese and milk to the Pension Noginsky hospital social service institution of the Moscow region.

CETES COSMETICS LLC (Oriflame) sent disinfectants, liquid soap and other foam cleaning products to medical institutions, nursing homes and the disadvantaged

categories of citizens of the Bogorodsky district.

On the Medical Worker Day, residents of the Bogorodsky Industrial Park - CETES COSMETICS LLC, BWT BARRIER RUS, Dr. Theiss Naturwaren Rus GmbH, HLEBPROM OJSC together with the Park Noginsk LLC management company expressed their appreciation and presented their products to the employees of the hospital № 2 of GBUZ MO Noginsk CDH.

Since the beginning of the epidemic, the hospital has been repurposed as an infectious disease ward to receive patients with coronavirus infection. Every day, the medical staff of the hospital opens the doors at the risk of their own health. These people go through many difficulties and hardships to help the infected people at least somehow.

Showing solidarity and support to those in need, the resident companies of the Bogorodsky Industrial Park have proved that they are ready to unite in a difficult situation, demonstrating team spirit, and if necessary, provide assistance, and not only in times of crisis.





Наше издание продолжает серию публикаций по темам санкционного комплаенса и риск-менеджмента для компаний, участвующих в международных бизнес-процессах. Одним из наших постоянных экспертов в этих вопросах выступает специальный советник практики санкционного права Alliance Legal Consulting Group Род Туваев – сертифицированный специалист Бюро промышленности и безопасности США в области администрирования экспорта. В процессе подготовки этого выпуска журнала вместе с Родом Туваевым и руководителем экспортного офиса ООО «ССТЭнергомонтаж» Аркадием Тамаевым мы обсудили санкционный Due Diligence и его практическое применение в бизнес-процессах российских компаний.

Род Туваев, Alliance Legal CG; Аркадий Тамаев, ГК «ССТ»: «КРИЗИС – ВРЕМЯ НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ!»

– Род, как специалист по экспортному контролю, санкциям и правилам международной торговли вы являетесь членом международной Профессиональной ассоциации экспортёров и импортёров (PAEI).

Каким мерам предосторожности вы советуете следовать российским бизнесменам, чтобы соблюдать санкционные требования? Насколько вообще это необходимо российскому бизнесу?

Р. Т.: – Современные реалии таковы, что ваш зарубежный партнёр, поставщик или клиент в любом случае проводит риск-менеджмент процедуру.

В рамках санкционного Due Diligence зарубежная компания-поставщик обязательно проверяет своего клиента и конечного пользователя продукции (это называется end-use/end-user контроль). Кстати, все европейские экспортёры просят заполнить end-use сертификат на каждую сделку в чувствительных направлениях или странах, таргетированных санкциями.

Эта санкционная риск-менеджмент процедура также называется KYCC (Know your customer's customer – «Знай клиента своего клиента») и проверяет партнёров на один уровень глубже, чем просто KYC.

Существует manual – санкционный Due Diligence «в ручном режиме».

Он применяется, когда требуется провести риск-менеджмент анализ по проверке проекта или предполагаемого контрагента (проверить, могут ли вхождение в проект или отношения с определённым лицом повлечь санкционно-правовые последствия), застраховаться от невыполнения проекта или обязательств по причине санкционных рисков и заморозки зарубежных банками ваших финансовых транзакций.

Для того чтобы хеджировать такие риски, и нужны профессиональные консультанты.

Иными словами, наш сервис и компетенции помогают вам посмотреть на вашу компанию глазами зарубежного партнёра или банка.

Если же мы говорим про системный подход и услуги Alliance Legal CG по внедрению риск-менеджмент программы, то это комплекс мер – от моделирования рисков до обучения коллектива клиента.

– Аркадий, Группа компаний «Специальные системы и технологии», основанная в 1991 году, является крупнейшим в России и одним из крупнейших в мире производителей нагревательных кабелей и систем электрообогрева.

ГК «ССТ» входит в тройку лидеров мировых производителей в этой сфере. Продукты и решения компании представлены на территории всей России и экспортируются в 60 стран мира, в том числе и в США. Можете ли вы выделить приоритетные регионы международного сотрудничества для ГК «ССТ»?

А. Т.: – Регион может стать ключевым для компании по нескольким причинам: расположение клиентов или проектов компании, другая её деятельность в этом регионе. Например, офисы нашей ГК в Швейцарии и Германии направлены, в первую очередь, на коммуникацию с европейскими партнёрами, на их информационно-оперативную поддержку. Так мы налаживаем бесперебойную коммуникацию с клиентом и решаем его проблемы качественно и в срок.

Офис в Дубае выполняет примерно ту же роль, но, кроме того, там ещё находится крупнейший рынок систем электроподогрева, что объясняется большим количеством нефти и необходимостью её транспортировки и переработки, которые невозможны без продукции, предлагаемой ГК «ССТ».

Хотелось бы выделить наше индийское представительство, основная функ-

ция которого – обеспечение инженеринговой поддержки наших клиентов. Тенденция переноса работ, требующих существенных трудозатрат, коснулась не только таких корпораций, как Google и Amazon, но и большинства международных IPS-компаний, таких как McDermott, Tecnimont и т. д. Сегодня в Индии располагается солидная часть их инженеринговых офисов, выведенных из Европы по экономическим соображениям. И хотя наш конечный клиент находится в Европе, на определённой стадии проекта общение ведётся на 90% с его индийским подразделением.

– Возможно, у нашего эксперта есть вопросы к Аркадию?

Р. Т.: – Расскажите, какова процедура принятия решений в ССТ, когда речь идёт об экспортной сделке или импорте зарубежных комплектующих? Как проходит проверка рисков и по какому алгоритму они проверяются? Как именно вы организуете контроль за соблюдением правил международной торговли и рисками санкций: OFAC, управление соблюдением санкций ЕС/эмбарго, правило OFAC >= 50%, CAATSA, контроль конечного использования/пользователя, KYC?

А. Т.: – При принятии решений мы всегда оцениваем риски, уточняя, кому поставляем продукцию и в каких целях она будет использована. Если есть основания полагать, что она будет использоваться не только на промышленных объектах по переработке и транспортировке нефти и газа, мы запрашиваем официальное подтверждение от финального заказчика о том, где и для каких целей будет работать наше оборудование.

Также мы проверяем надёжность контрагента на платёжеспособность и его аффилированность по отношению к компаниям, попавшим в санкционные списки. Эта работа ведётся совместно с юридическим отделом головного офиса, занимающегося международными юридическими вопросами. Также мы привлекаем независимых аудиторов для оценки клиентов. На основании всей этой информации и принимается решение о работе с данным партнёром.

– Аркадий, насколько эта работа по санкционному комплаенсу важна при международном сотрудничестве для российской компании?

А. Т.: – Это архиважные проверки, обойтись без них сегодня невозможно. Большинство наших контрактов несут в себе обязательства, наложенные на ССТ по проверке партнёров и клиентов по причастности к различным санкциям. Невыполнение нами проверок контрагентов чревато штрафными санкциями и потерей значительного рынка. Но даже если бы не было ограничений по контрактам, мы всё



равно такие проверки проводили бы, чтобы получить более полную информацию о партнёрах.

– К проблемам, связанным с санкциями, в последнее время присоединились трудности в связи с эпидемией коронавируса. Как работают ваша компания, ваши партнёры в это непростое время?

А. Т.: – При появлении первых признаков возможной эпидемии нами был принят ряд мер, смягчающих влияние ограничений. Так как ССТ входит в перечень системообразующих организаций, перебои в нашей работе могут крайне негативно сказаться на функционировании предприятий нефтегазового сектора в России и за рубежом. Мы согласовали с поставщиками порядок работы, который позволил нам и им сохранить производственные мощности в сложный период. Большинство наших поставщиков оправдали наши ожидания и выполнили договорённости. Одна из базовых мер, к которой прибегли практически все, – перевод сотрудников на удалённую работу. И опыт показал, что большинство вопросов внутри и вовне компании успешно решается заочно.

– Аркадий, внёс ли нынешний кризис какие-то изменения в ваши текущие проекты? Как, по вашим прогнозам, он скажется на дальнейшей работе компании?

А. Т.: – Есть проекты, которые мы ведём сейчас, и перспективные. Основа нашей работы – серьёзные нефтегазовые проекты. Для них сформирован бюджет, утверждены сроки. Чаще всего они находятся в процессе стройки, и её остановка привела бы к большим убыткам, так что этого, скорее всего, не случится.

А вот находящиеся на стадии проектирования вполне могут быть перенесены, и такие случаи уже есть. Так что, думаю, с последствиями кризиса мы столкнёмся через полгода-год.

– Род, какие ещё перед современным бизнесом стоят вызовы, не связанные с коронавирусом?

Р. Т.: – Возможно, в ближайшие месяцы мы столкнёмся с блокированием китайских, в большей степени высокотехнологичных, товаров в виде заградительных пошлин. И в этом свете европейская и российская продукция получат новые возможности выхода на американский

рынок. Если раньше они проигрывали китайской продукции в цене и в качестве, теперь разрыв существенно сокращается.

А. Т.: – Более того, несколько наших клиентов, имеющих отношение к Америке, уже объявили, что их не интересует продукция, произведённая в Китае. Они для своих объектов готовы рассмотреть любые страны-производители, кроме него. Как европейский производитель, мы становимся для них интереснее. Тем более что по качественно-эксплуатационным характеристикам мы не уступаем, а зачастую сильно опережаем китайских производителей.

Новые возможности наложат и новые ограничения со стороны клиентов, предъявляющих свои требования по сертификации, документообороту. Но мы рассматриваем это скорее как расширение возможностей. Это ведёт к повышению качества работы компании и выводу бизнеса на новый уровень. Каждый из международных аудитов несёт изменения внутри компании, а по их завершении поднимается качество продукции и конкурентоспособность.

– Говорят, любой кризис – время раскрытия новых резервов и возможностей. Какие ещё возможности для развития вы видите в нынешней ситуации для себя?

А. Т.: – Действительно, по закону сохранения энергии любой кризис открывает определённые двери. ССТ для зарубежных клиентов становится более интересны, в том числе для проектов в любой точке мира. Проседание рубля привело к тому, что мы смогли предложить зарубежным заказчикам продукцию по более интересным ценам. Кризис накладывает ограничения на перемещение людей, и сильнее всего это ударило по зарубежным компаниям, ведущим российские проекты. У них нет возможности направить сюда своих специалистов для контроля или выполнения работ, и мы можем предложить свои услуги.

Р. Т.: – Кризис – время новых возможностей для таких компаний, как ГК «ССТ». Но важно, чтобы бизнес осознавал не только новые возможности, но и риски. Я бы хотел добавить взгляд того, кто профессионально занимается проблемой администрирования экспорта/импорта. Сегодня российский бизнес ещё не до конца осознаёт, что санкции – это суровая реальность современного мира, всерьёз и надолго.

Поэтому задача каждой организации с иностранным участием или экспортирующей продукцию – найти баланс между внешнеполитическими событиями, внешними факторами и устойчивым развитием, юридической защищённостью.

Беседовала Мария Суворовская

Our issue continues the series of publications on the topics of compliance and risk management for the companies involved into international business processes. One of our regular experts on these issues is Rod Tuvaev, special advisor on sanctions law practice of Alliance Legal Consulting Group – a certified specialist of the Bureau of Industry and Security in the field of export administration. While preparing this issue of the magazine, we discussed sanctions Due Diligence and its practical application in the business processes of Russian companies together with Rod Tuvaev and Arkady Tamaev, head of export office of SSTenergmontazh LLC.



Rod Tuvaev, Alliance Legal CG; Arkady Tamaev, CG SST: “CRISIS IS AN AGE OF NEW OPPORTUNITIES!”

– Mr. Tuvaev, you are a specialist on export control, sanctions and international trade rules and a member of the Professional Association of Exporters and Importers (PAEI). What precautions do you advise Russian businessmen to adhere to in order to comply with sanctions requirements? Does Russian business need this at all?

Mr. Tuvaev – The modern realities are such that your foreign partner, supplier or client carries out risk management procedures anyway.

As part of the sanctions Due Diligence, the international supplier company is obliged to check its client and the end user of the product (this is called end-use/end-user control). By the way, all European exporters ask to submit an end-use certificate for each transaction in vulnerable areas or in

countries targeted by sanctions.

This sanctions risk management procedure is also called KYCC (Know your customer's customer) and checks partners one level deeper than just KYC.

There is a sanction Due Diligence “in manual mode”.

It is used when it is necessary to carry out a risk management analysis in order to verify a project or a potential counterparty (to check whether entering a project or a relationship with a certain person can have sanctions consequences), to secure against failure to fulfill a project or obligations due to sanctions risks and prevent your financial transactions being frozen by foreign banks.

In order to hedge such risks, professional advisors are needed.

In other words, our service and competence help you to look at your company through the eyes of a foreign partner or bank.

If we are talking about systematic approach and Alliance Legal CG services on implementation of risk management program, it is a set of measures – starting from risk modeling and finishing with training the client's team.

– Mr. Tamaev, Special Systems and Technologies Group of Companies, founded in 1991, is the largest in Russia and one of the biggest world producers of heating cables and electric heating systems. SST Group is one of the top three global producers in this field. The products and solutions of the company are introduced

throughout Russia and exported to 60 countries, including the USA. Can you outline the priority regions of the international cooperation for SST GC?

Mr. Tamaev – The region may become key for the company for several reasons: location of clients or projects of the company, other activities in this region. For example, the offices of our GC in Switzerland and Germany are primarily aimed at communication with European partners, at their information and operational support. In such a way we establish uninterrupted communication with a client and solve their problems qualitatively and efficiently.

The office in Dubai performs almost the same role, but, in addition, there is still the largest market for electric heating systems, which is explained by the large amount of oil and the need for its shipment and processing, which is impossible without the products offered by SST GC.

We would like to draw particular attention to our Indian representative office, the main function of which is to provide engineering support to our clients. The tendency of transferring the works requiring substantial labor costs has concerned not only such corporations as Google and Amazon, but also most international IPS companies such as McDermott, Tecnimont, etc. There is a solid part of their engineering offices in India today, which were relocated from Europe for economic reasons. Although our end client is in Europe, at a certain stage of the project, 90% of the communication is with their Indian subsidiary.

– Perhaps our expert has some questions to Mr. Tamaev?

Mr. Tuvaev – What is the decision-making procedure at SST when it comes to an export transaction or import of foreign components? How and by what algorithm are the risks checked? How exactly do you organize control over compliance with international trade rules and risks of sanctions: OFAC, management of compliance with EU/embargo, OFAC rule >= 50%, CAATSA, end – use/user control, KYC?

Mr. Tamaev – When making decisions, we always assess the risks, specifying whom we supply products and what purposes they will be used. If there are reasons to believe that they will be used not only at industrial oil and gas processing and transportation facilities, we ask for official confirmation from the final customer on where and for what purpose our equipment will be used.

We also check the reliability of the counterparty for solvency and affiliation with the companies included in the sanctions lists. This work is carried out jointly with the legal department of the head office which deals with international legal issues. We also invite independent auditors to assess clients. Based

on all this information, we make a decision on working with the given partner.

– Mr. Tamaev, is this work on sanction compliance important for a Russian company when it comes to international cooperation?

Mr. Tamaev – These checks are crucial, it is impossible to do without them today. Most of our contracts have obligations imposed on SST on verification of partners and clients for involvement in various sanctions. Failure to perform counterparty inspections is punishable by penalties and the loss of a considerable share of market. Even if there were no restrictions on contracts, we would still conduct such inspections in order to obtain more complete information about our partners.

– The problems associated with sanctions have been recently joined by the difficulties associated with the Coronavirus epidemic. How does your company, your partners work in these difficult times?

Mr. Tamaev – At the first signs of a potential epidemic, we have taken a number of measures to mitigate the impact of the restrictions. Since SST is listed as a backbone organization, disruptions in our work could have an extremely negative impact on the functioning of oil and gas companies in Russia and abroad. We have agreed with our suppliers on a work procedure that has allowed us and them to maintain production capacity during the challenging period. Most of our suppliers have met our expectations and complied with the agreements. One of the basic measures which almost everybody has implemented was the transfer of employees to remote work. And experience has shown that most issues inside and outside the company are successfully resolved online.

– Mr. Tamaev, has the current crisis brought any changes to your current projects? How do you expect it to affect the future work of the company?

Mr. Tamaev – There are projects we are currently working on, and they are promising. The foundation of our work is important oil and gas projects. A budget has been formed for them and deadlines have been confirmed. Most often they are in the process of construction, and their stoppage would lead to large losses, so this is not likely to happen.

But those at the design stage may well be postponed, and there are already such cases. So I think we'll be facing the consequences of the crisis in six months or a year.

– Mr. Tuvaev, what other challenges not related to the coronavirus does modern business face?

Mr. Tamaev – Possibly in the forthcoming months we will face the blockage of Chinese,

mostly high-tech products in the form of barrier duties. And in such circumstances, both European and Russian products will have new opportunities to enter the American market. Whereas they used to be disadvantaged by price and quality of Chinese products, the gap is now narrowing significantly.

Mr. Tamaev – Moreover, several of our customers related to America have already announced that they are not interested in products made in China. They are ready to consider any producing country for their facilities, except for China. We become more interesting for them as a European manufacturer. All the more so as we do not compromise in qualitative and operational characteristics, and often we are ahead of Chinese manufacturers.

New opportunities will also impose new restrictions from the part of customers who present their certification requirements and document management. But we see it rather as an expansion of opportunities. It leads to an increase in the quality of work of a company and brings its business to a new level. Each audit from the international perspective brings changes inside a company, and when completed, product quality and competitiveness improves.

– Any crisis, people say, is a time to discover new reserves and opportunities. What other opportunities for development do you see in the current situation for yourself?

Mr. Tamaev – Indeed, according to the law of energy conservation, any crisis opens certain doors. SST becomes more attractive to foreign clients, including for projects all over the world. The ruble recession led to the fact that we managed to offer foreign customers products at more interesting prices. The crisis has imposed restrictions on the flow of people, and this has hit hardest foreign companies with Russian projects. They have no opportunity to send their specialists to monitor or perform work here, and we can offer our services.

Mr. Tuvaev – Crisis is a period of new opportunities for companies such as SST GC. But it is important that business is aware not only of new opportunities, but also of risks. I would like to add the opinion of someone who professionally deals with the problem of export/import administration. Today Russian business is not fully aware that sanctions are a severe reality of the modern world, and that they are serious and long-lasting. Therefore, the task of every organization with foreign participation or exporting products is to find a balance between foreign policy events, external factors and sustainable development, legal protection.

The conversation was conducted by Maria Suvorovskaya



BOGORODSKY INDUSTRIAL PARK

ТОЧКА РОСТА ПЕРСПЕКТИВНОГО БУДУЩЕГО

КОНТАКТЫ

142434, МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ, Г. НОГИНСК,
ТЕРРИТОРИЯ «НОГИНСК-ТЕХНОПАРК», ДОМ 3

+7 (495) 287-16-35

+7 (495) 287-16-36

WWW.IP-BOGORODSK.COM
WWW.DEGA-DEVELOPMENT.RU

INFO@PARKNOGINSK.RU
INFO@DEGA-AG.COM