

9/131 Апрель 2021



With the
support of the
CCI of Russia

www.tpprf.ru •

БИЗНЕС В
ИНДУСТРИИ
КРАСОТЫ

Business DIALOG Media

RBCG

Russian Business Guide

ENG + РУС

**ДЕНИС
ГРУЗДЕВ:**

«НАША МИССИЯ
– СОЗДАНИЕ
И ВНЕДРЕНИЕ
ИННОВАЦИЙ В
КОСМЕТОЛОГИИ!»

**«ГРАНД
КЛИНИК»:
НАДЁЖНЫЙ
ПУТЬ
К ЗДОРОВОМУ
ДОЛГОЛЕТИЮ**

Юлия Чеботарева,

главный врач клиники «Эстелаб»:

**«БЛАГОДАРЯ ЭСТЕТИЧЕСКОЙ МЕДИЦИНЕ МОЖНО ВЫЯВИТЬ
НЕКОТОРЫЕ СОМАТИЧЕСКИЕ ЗАБОЛЕВАНИЯ, ПОТОМУ ЧТО
КРАСОТА – ЭТО В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ЗДОРОВЬЕ»**

27-29
АПРЕЛЯ

Геленджик
2022



IV ЧЕРНОМОРСКИЙ КОНГРЕСС ПО ПЛАСТИЧЕСКОЙ ХИРУРГИИ И КОСМЕТОЛОГИИ



Мантурова Н.Е.

Председатель
Конгресса



Круглик Е.В.

Руководитель
научной программы
по косметологии



Круглик С.В.

Руководитель
научной программы
по пластической
хирургии



Сессия по пластической
хирургии

- ЭСТЕТИКА ГРУДИ
- АБДОМИНОПЛАСТИКА



Сессия по косметологии



Показательные операции
в прямом эфире



Марафон живых инъекций



Выставка инновационного
оборудования и препаратов
от партнёров



Экскурсия

ОРГАНИЗАТОР КОНГРЕССА



**RUSSIAN
SCHOOL**



blackseacongress.ru

☎ **8 800 600-73-51**

🌐 blackseacongress.ru

📧 @blackseacongress

✉ info@russchool.org

☎ +7 (909) 794-05-28

+7 (906) 238-32-56

+7 (906) 230-66-20

НАУЧНЫЕ
ПАРТНЁРЫ



ИНСТИТУТ
пластической хирургии
и косметологии



ЛАНЦЕТЪ
учебный центр

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.

Е-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 № 9/131 Апрель 2021

Подписано в печать 12.04.2021 г.

Тираж: **30000**

Цена свободная.

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 Suworovskaya**

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. Elektrozavodskaya, 20, building 3.

Materials marked R or "ADVERTISING" are published

as advertising. The opinion of the authors does

not necessarily coincide with the editorial opinion.

Reprinting of materials and their use in any form is

allowed only with the permission of the editorial office

of the publication Business-Dialog Media.

Materials are not reviewed and returned.

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

the Moscow region, 143966

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

tel.: +7 (495) 730 55 50, доб. 5700

Publisher: Business-Dialog Media LLC

Registered by the Federal Service for Supervision of

Communications, Information Technology, and Mass

Media. The mass media registration certificate

PI # FS77-65967 from June 6, 2016.

Russian Business Guide № 9/131 April 2021

Passed for printing on 12.04.2021

Edition: **30000 copies**

Open price

КРУПНЫМ ПЛАНOM | IN CLOSE-UP

2

ТАТЬЯНА АВЕРИНА: «АССОЦИАЦИЯ ВОЗНИКЛА В ОТВЕТ НА ТЕ ЗАПРОСЫ, КОТОРЫЕ ПОСТУПИЛИ ОТ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ СО ВСЕЙ СТРАНЫ»

TATIANA AVERINA: "THE ASSOCIATION EMERGED IN RESPONSE TO THE REQUESTS RECEIVED FROM REPRESENTATIVES OF THE BEAUTY INDUSTRY FROM ALL OVER THE COUNTRY"

ЛИЦО С ОБЛОЖКИ | COVER STORY

8

ЮЛИЯ ЧЕБОТАРЕВА: «БЛАГОДАРЯ ЭСТЕТИЧЕСКОЙ МЕДИЦИНЕ МОЖНО ВЫЯВИТЬ НЕКОТОРЫЕ СОМАТИЧЕСКИЕ ЗАБОЛЕВАНИЯ, ПОТОМУ ЧТО КРАСОТА – ЭТО В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ЗДОРОВЬЕ»

JULIA CHEBOTAREVA: "THANKS TO AESTHETIC MEDICINE IT IS POSSIBLE TO DETECT SOME SOMATIC DISEASES, BECAUSE BEAUTY IS FIRST AND FOREMOST HEALTH"

МИССИЯ ВЫПОЛНИМА | MISSION POSSIBLE

14

ДЕНИС ГРУЗДЕВ: «НАША МИССИЯ – СОЗДАНИЕ И ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ В КОСМЕТОЛОГИИ!»

DENIS GRUZDEV: "OUR MISSION IS TO CREATE AND INTRODUCE INNOVATIONS IN COSMETOLOGY!"

18

«ОСТМЕДКОНСАЛТ»: ЗДЕСЬ РАБОТАЮТ ПРОФЕССИОНАЛЫ!

OSTMEDCONSULT: PROFESSIONALS WORK HERE!

22

НАТАЛЬЯ ФИЛИПОВА: «НА СМЕНУ ВЕЧЕРИНКАМ В НОЧНЫХ КЛУБАХ ПРИШЛО СТРЕМЛЕНИЕ ПОДДЕРЖАТЬ ЕСТЕСТВЕННУЮ КРАСОТУ, А СПА-САЛОНЫ СТАЛИ МЕСТОМ, ГДЕ МОЖНО ПОЗАБОТИТЬСЯ О ЗДОРОВЬЕ»

NATALIA FILIPOVA: "PARTIES IN NIGHTCLUBS WERE REPLACED BY THE DESIRE TO MAINTAIN NATURAL BEAUTY, AND SPA PROCEDURES BECAME A PLACE WHERE YOU CAN TAKE CARE OF YOUR HEALTH"

РАВНЕНИЕ НА ЛУЧШИХ | LOOKING UP TO THE BEST

26

НИНА ЛИТВИНОВА: «БРЕНД – ЭТО НЕ ИМЯ И НЕ ИДЕЯ, ЭТО ТЕХНОЛОГИЯ ВОПЛОЩЕНИЯ ИДЕИ»

NINA LITVINOVA: "BRAND IS NOT A NAME OR AN IDEA, IT IS A TECHNOLOGY FOR THE EMBODIMENT OF THIS IDEA"

30

«ГРАНД КЛИНИК»: НАДЁЖНЫЙ ПУТЬ К ЗДОРОВОМУ ДОЛГОЛЕТИЮ

GRAND CLINIC: A RELIABLE PATH TO HEALTHY LONGEVITY

34

ВЛАДЛЕН НАНИ, SVAO DENTAL: «МЫ РАБОТАЕМ, ЧТОБЫ НАШИ ПАЦИЕНТЫ УЛЫБАЛИСЬ!»

VLADLEN NANI, SVAO DENTAL: "WE WORK TO MAKE OUR PATIENTS SMILE!"

36

ОЛЬГА ЗАСЕЕВА: «КЛОВЕРМЕД» СЕГОДНЯ – ФЛАГМАН ПЛАСТИЧЕСКОЙ ХИРУРГИИ РОССИИ!»

OLGA ZASEEVA: "TODAY CLOVERMED IS THE FLAGSHIP OF PLASTIC SURGERY IN RUSSIA!"

В ЦЕНТРЕ СОБЫТИЙ | IN THE CENTER OF THE ACTION

40

КОРПОРАТИВНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ: ОДНО РЕШЕНИЕ ДЛЯ КОМПЛЕКСА ЗАДАЧ

CORPORATE TELEVISION: ONE SOLUTION FOR THE SET OF TASKS

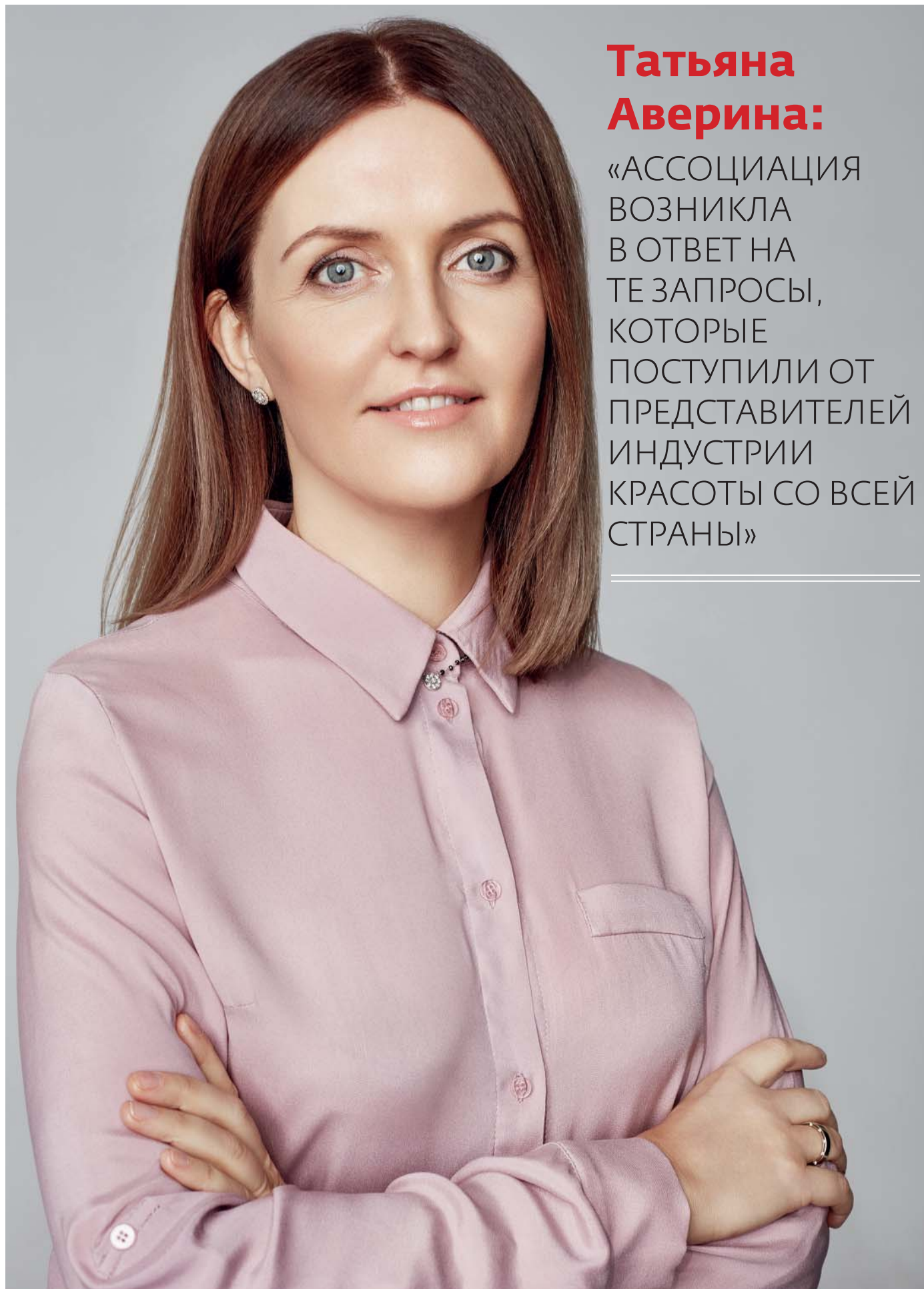


Business DIALOG Media

RBG
Russian Business Guide

Татьяна Аверина:

«АССОЦИАЦИЯ
ВОЗНИКЛА
В ОТВЕТ НА
ТЕ ЗАПРОСЫ,
КОТОРЫЕ
ПОСТУПИЛИ ОТ
ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ
ИНДУСТРИИ
КРАСОТЫ СО ВСЕЙ
СТРАНЫ»



– Задача вашей ассоциации – объединять профессионалов индустрии красоты, представлять интересы бьюти-индустрии на государственном уровне. Как возникла идея создания ассоциации?

– Когда в конце марта 2020 года из-за пандемии все предприятия бьюти-индустрии закрылись, бизнесмены находились в растерянности, было неясно, что будет дальше. Но предприниматель – это всё-таки человек, который что-то предпринимает, находит почву под ногами даже в экстремальной ситуации. И первое, что мы предприняли – объединились в поиске совместных решений. До этого ни о каком объединении никто из нас не думал, ведь мы все являемся отчасти конкурентами.

Для меня всё началось в тот момент, когда я увидела «Инстаграм» Игоря Стоянова, основателя сети салонов «Персона». Он вёл репортаж о том, как направляется на встречу с премьер-министром России М. Мишустиним. Как человек неравнодушный и напрямую заинтересованный в том, чтобы иметь ясность в понимании происходящего, я написала Игорю, что готова внести посильный вклад в общее дело. Примерно в это же время с Игорем также связались Нина Литвинова (сеть маникюрных салонов «Пальчики») и Александр Глушков (сеть салонов «Моне» и «Точка красоты») с предложением объединить усилия. Так у нас появилась коммуникация, мы стали вместе думать, что делать дальше, ведь ситуация сложилась беспрецедентная.

Было очевидно: правительство тоже не очень понимает, что делать. Понятно, что главная задача – не давать распространяться коронавирусной инфекции, спасать жизни людей. Но за спасением жизней всё равно должно следовать спасение бизнеса.

АССОЦИАЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ В ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ (ИЛИ АПИК) ВОЗНИКЛА СОВСЕМ НЕДАВНО, В 2020 ГОДУ, НО УЖЕ МНОГОЕ УСПЕЛА СДЕЛАТЬ. ГЛАВНОЕ НА ЭТОТ МОМЕНТ – ОНА НА ГОСУДАРСТВЕННОМ УРОВНЕ ЗАЯВИЛА О ТОМ, ЧТО БЬЮТИ-ИНДУСТРИЯ СУЩЕСТВУЕТ, А ТАКЖЕ ОБЪЕДИНИЛА ВЕДУЩИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ОТРАСЛИ В БОЛЕЕ ЧЕМ 40 РЕГИОНАХ СТРАНЫ. ПОДРОБНЕЕ О ТОМ, ЧТО УДАЛОСЬ ОСУЩЕСТВИТЬ АПИК ЗА ЭТОТ НЕЛЁГКИЙ ГОД, РАССКАЗАЛА ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР АССОЦИАЦИИ ТАТЬЯНА АВЕРИНА.

– Это вы и поставили своей целью: помочь государству спасти бизнес в индустрии красоты?

– Нам было ясно, что индустрия красоты – целая самостоятельная отрасль. Однако оценить истинные размеры этой отрасли затруднительно, так как довольно значительная её часть – нелегальная. В регионах доля такого нелегального рынка достигает 70%, поэтому конкретных цифр, сколько человек состоит в отрасли, у нас не было.

Ассоциация как юридическое лицо возникла позже, сначала появилось неформальное объединение нескольких энтузиастов. Одной из целей стало собрать внятную статистику по отрасли.

Сбор количественных данных – наша большая работа, никем не замеченная и не оплаченная, но абсолютно необходимая для отрасли и для каждого её работника. Ведь именно эта работа позволила включить индустрию красоты в список пострадавших отраслей.

– Ассоциация осталась с проблемами один на один или кто-то оказывал помощь?

– Мы вошли в профессиональные сообщества, такие как торгово-промышленная палата, «Опора России», «Деловая Россия», Союз промышленников и ремесленников. Нам оказывали большую поддержку Объединённый народный фронт, Минэкономразвития, институт бизнес-омбудсменов во главе с Борисом Титовым, Департамент предпринимательства и инновационного развития г. Москвы и лично Алексей Фурсин. В общем, мы на всех уровнях стали заявлять о себе как об индустрии.

Президент передал контроль над ситуацией с коронавирусом в регионах губернаторам, поэтому именно к ним мы и обратились с официальными письмами.



– Как АПИК удалось повлиять на открытие салонов после трёх месяцев нерабочего периода?

– Во всех регионах сложилась своя особая ситуация с пандемией, везде власти выдвигали свои требования. Например, в Нижегородской области губернатор заявил, что разрешит открыть предприятия бьюти-отрасли, если в салонах установят камеры. И на высшем уровне обсуждалось, как распространить эту модель на всю страну. Мы включились в решение этого чувствительного вопроса, поднимали его на всех совещаниях с чиновниками. В итоге требования по поводу камер удалось снять.

Роспотребнадзор хотел, чтобы мы работали в СИЗ четвёртого типа, как врачи в больницах. Мы провели большую работу, отстаивая интересы специалистов, в результате чего эти требования были отменены.

– Получается, что ассоциация возникла в ответ на пандемию?

– Да, совершенно верно. Когда мы приходили к чиновникам и просили об открытии предприятий бьюти-сферы, возник вопрос об официальном статусе нашей организации. Я взяла этот вопрос на себя и начала оформлять документы. Но в связи с тем, что министерство юстиции на тот момент не работало, зарегистрироваться стало возможным только в июле.

Ассоциация возникла в ответ на те запросы, которые поступили от представителей индустрии красоты со всей страны. Большой проблемой стали непонятные, неразъяснённые требования и приказы. Практика показала, что многие законы и положения, влияющие на организацию бизнеса, морально устарели. Одно из направлений работы – планомерно, шаг за шагом выстроить системность в передаче обратной связи людям, которые занимаются написанием законов и контролем их исполнения, сообщить им о том, что является чрезмерным, а что действительно требует внимания.

Пример вопроса, требующего внимания, – это ситуация с самозанятыми. Государство настаивает на том, что каждый трудоспособный гражданин должен платить налоги либо как самозанятый, либо как наёмный сотрудник. Самозанятый платит налог 4% на доход, который он сочтёт нужным показать. При этом за безопасность и качество оказанной услуги никто не отвечает.

С другой стороны, есть предприниматель, который создаёт рабочие места, обеспечивает социальную защиту, платит налоги, и всё это контролируется государственными органами. И в период самоизоляции ему не разрешали работать, в то время как самозанятые ездили по домам и зарабатывали деньги.

Естественно, в связи с этой ситуацией поднялась большая волна недовольства в отрасли. И мы хотим привлечь внимание государственных органов к данной проблеме. Требования надо выровнять и нужно повысить уровень ответственности за незаконное предпринимательство. Мы предлагали проект по введению «бьюти-ID», к которому привязываются образование специалиста, его медкнижка. Это поможет сделать теневой рынок бьюти-услуг более прозрачным.

– Новые идеи не всегда получают широкую поддержку сразу. Сколько членов насчитывает ассоциация в настоящий момент и насколько активно приходят новые участники?

– Чтобы вступить в АПИК, представителю индустрии красоты достаточно зайти на сайт и заполнить анкету по форме. На данный момент более 40 регионов подключено к нашей работе, в каждом регионе – отдельное сообщество. Мы общаемся в общем федеральном чате, вырабатывая стратегии поведения, а потом всё это расходится по региональным чатам. В федеральном чате сегодня около трёх тысяч человек. Есть те, кто не стал членом ассоциации, но при этом тоже подключается к нашим каналам. Позиция всех основателей АПИК состоит в том, что мы не делим людей на своих и чужих. Мы все работаем для клиента, который приходит к нам за бьюти-услугами.

– Татьяна, помимо того, что вы являетесь генеральным директором АПИК, у вас также есть собственный бизнес – сеть салонов красоты «ОблакаStudio». Как вам удаётся с успехом совмещать эти виды деятельности?

– У всех, кто активно работает в АПИК, уже выстроены бизнесы, это не стартапы, которые требуют поддержки и внимания. У меня хорошая управленческая команда. Есть чёткие и ясные стандарты, и мне, как основателю, вовсе не обязательно участвовать в оперативном управлении, я решаю только стратегические задачи. Если говорить об общественной работе, то, конечно, она отнимает много времени. При этом она носит больше проектный характер: когда есть задача – собираемся, решаем, расходимся. «Собираться» мы можем и несколько дней подряд, а потом также по несколько дней не встречаться.

– Как вы считаете, индустрии красоты на данный момент удалось выбраться из кризиса?

– К сожалению, нет. Из 10 тысяч малых предприятий бьюти-индустрии в Москве за время пандемии закрылось 15%, ещё 30% находится на грани выживания. В среднем выручка за 2020 год упала на

30-50%. При этом расходы предпринимателей выросли, например за счёт расходов на СИЗ. Из 180 тысяч сотрудников сокращению подверглось порядка 40%.

Сегодня мы ходатайствуем о том, чтобы отрасль поддерживали в текущем моменте. Мы просим, чтобы списали долги по страховым взносам и налогам, чтобы за 1-й квартал 2021 года отменили налоги, чтобы возобновили компенсацию затрат на СИЗ и новый пакет кредитования также был беспроцентным.

Помимо тактических, у нас есть и стратегические инициативы по развитию отрасли: мы предлагаем, чтобы предпринимателям под поручительство государства давали кредиты на развитие бизнеса под 4% годовых. Это поддержит отрасль и вернёт предпринимателей в индустрию.

Мы просим рассмотреть возможность снизить ставки социальных взносов со всей суммы зарплат до 15% для таких человекоёмких отраслей, как наша. Также – чтобы некоторые услуги, например массаж, некоторые косметологические процедуры были введены в систему ОМС и была возможность налогового вычета. Ещё одна наша инициатива состоит в том, чтобы в рамках программы «Активный гражданин» государство выделяло средства в виде компенсации похода в салон.

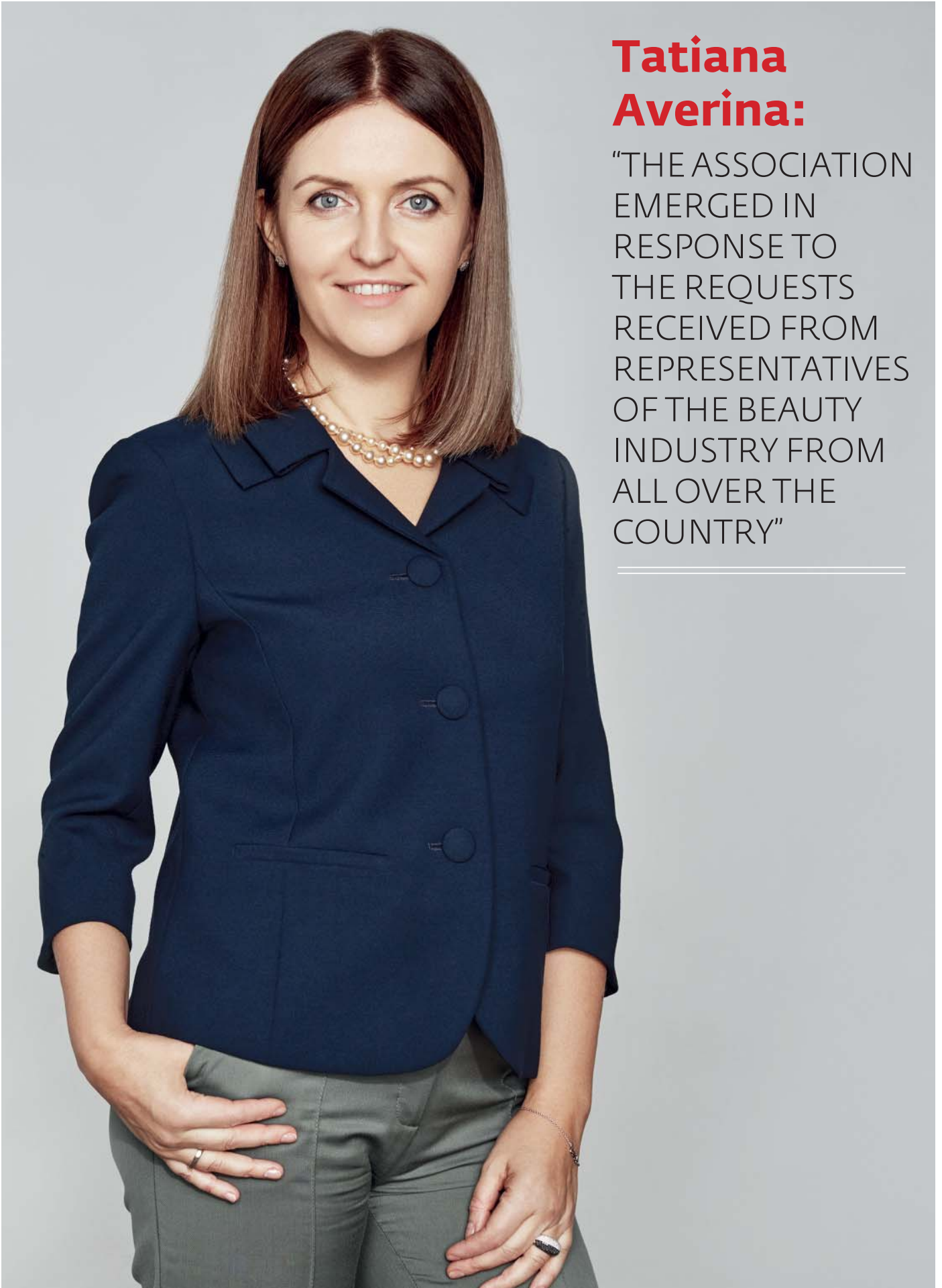
Другой системообразующий вопрос – доработать требования СанПиН до современных стандартов, чтобы совместить их с реальным бизнесом. Это поможет снизить количество штрафов и в целом облегчит работу.

– У вас богатый опыт предпринимательства, причём не только в индустрии красоты. Помогает ли он вам в работе в АПИК?

– Успех предпринимателя во многом зависит от того, насколько он способен принимать нужные решения. Необходимо не пересказывать проблемы, а уметь решать их, как бы банально это ни звучало. Наверное, те, кто возглавил АПИК, именно такие. Я представляю интересы большой группы людей, я готова принимать решения и следовать им. И моё личное убеждение: лучше жалеть о том, что ты сделал, чем о том, чего не сделал.

Могу отметить также следующий положительный момент: мы перестали быть конкурентами, спрашиваем друг у друга и делимся информацией в общих чатах, разъясняя то, как работать по новым требованиям. Это общение и взаимопомощь помогли значительно легче пережить кризис.

Мы осознали простую истину: никто не будет защищать наш бизнес, кроме нас самих. Пришло время действовать. Нам много, мы объединены общей целью и задачами. И мы не сдаёмся.



Tatiana Averina:

"THE ASSOCIATION
EMERGED IN
RESPONSE TO
THE REQUESTS
RECEIVED FROM
REPRESENTATIVES
OF THE BEAUTY
INDUSTRY FROM
ALL OVER THE
COUNTRY"

– The task of your association is to unite beauty industry professionals and represent the interests of the beauty industry at the state level. How did the idea of the association come about?

– When at the end of March 2020, all beauty companies closed due to the pandemic, business people were at a loss, it was unclear what would happen in the future. But an entrepreneur is, after all, a person who does something, finds ground beneath his feet even in an emergency situation. So, the first thing we did was that we came together to find joint solutions. None of us had thought of uniting before that, as we were somewhat competitors.

It all started when I saw the Instagram of Igor Stoyanov, Founder of the Persona chain of salons. He reported on his way to a meeting with Russian Prime Minister Mikhail Mishustin. Being a person who cares and is directly interested in having a clear understanding of what is going on, I wrote to Mr. Stoyanov to say that I was ready to contribute to the common deal. Around the same time, Mr. Stoyanov was also approached by Nina Litvinova (the Palchiki chain of manicure salons) and Alexander Glushkov (the Mone and Tochka Krasoty chain of salons) with a proposal to team up. Thus, we began to communicate, and we started to think together about what to do next, because the situation was unprecedented.

It was obvious: the government didn't really understand what to do either. It was clear that the main task was to keep the coronavirus infection from spreading, to save people's lives. But saving lives should still be followed by saving business.

– Is that your goal: to help the government save business in the beauty industry?

– It was clear to us that beauty industry was a separate sector in itself. However, it was difficult to estimate the true size of the industry because quite a large part of it was illegal. In the regions, the share of such an illegal market was up to 70%, so we did not have specific figures on how many people belong to the industry.

The association as a legal entity came into being later; at first, it was an unofficial association of a few enthusiasts. One of the objectives was to collect coherent statistics on the industry.

Collecting quantitative data was our great work, unnoticed and unpaid, but absolutely necessary for the industry and for everyone working in it. After all, it was this work that allowed the beauty industry to be included in the list of affected industries.

– Has the association been left on its own with the problems or has someone assisted you?

– We joined professional communities such as the Chamber of Commerce and Industry, Opora Russia, Business Russia, the Union of

THE ASSOCIATION OF PROFESSIONALS IN THE BEAUTY INDUSTRY (APIK) EMERGED JUST RECENTLY, IN 2020, BUT IT HAS ALREADY MANAGED TO SUCCEED. THE MOST IMPORTANT THING AT THE MOMENT IS THAT IT HAS MADE A STATEMENT AT THE NATIONAL LEVEL THAT BEAUTY INDUSTRY EXISTS. IT HAS ALSO BROUGHT TOGETHER LEADING COMPANIES IN THE INDUSTRY IN MORE THAN 40 REGIONS OF THE COUNTRY. TATIANA AVERINA, CEO OF THE ASSOCIATION, SPOKE IN MORE DETAIL ABOUT WHAT THE APIK HAS MANAGED TO ACHIEVE DURING THIS DIFFICULT YEAR.



Industrialists and Craftsmen. We received great support from the United People's Front, the Ministry of Economic Development, Business Ombudsman Institute headed by Boris Titov, the Department of Entrepreneurship and Innovative Development of Moscow and Alexei Fursin personally. In general, we have started to assert ourselves as an industry at all levels.

The president delegated control of the coronavirus situation in the regions to the governors, so it was to them that we addressed our official letters.

– How has APIK managed to influence the opening of salons after three months out of business?

– All regions had their own particular pandemic situation, and everywhere the authorities made specific demands. In the Nizhny Novgorod region, for example, the governor said he would allow beauty businesses to open if the salons had cameras installed. And there were discussions at the highest level about how to extend this model to the whole country. We got involved in this sensitive issue, raising it at all meetings with officials. In the end, the demand for cameras was removed.

Rospotrebnadzor wanted us to work in PPE of the fourth type, like doctors in hospitals. We conducted a lot of work defending the interests of specialists, as a result of which these requirements were cancelled.

– So, it turns out that the association was formed in response to the pandemic, right?

– Yes, absolutely. When we went to officials and asked for the opening of enterprises in the beauty sector, the question arose about the official status of our organization. I took up the issue and initiated the paperwork. But due to the fact that the Ministry of Justice was not working at the time, it only became possible to register in August.

The association emerged in response to requests from the beauty industry from all over the country. Misunderstood, unexplained requirements and orders were a big problem. Practice has shown that many of the laws and regulations affecting the organization of business were obsolete. It was one of directions of work – to build systematic, step-by-step feedback to the people who draft the laws and monitor their implementation, to let them know what was excessive and what really required attention.

An example of an issue that needed attention was the situation regarding the self-employed. The state insists that every able-bodied citizen must pay taxes either as self-employed or as an employee. The self-employed pay 4% tax on the income they consider appropriate to show. No one is responsible for the safety and quality of the service provided.

On the other hand, there is an entrepreneur, who creates jobs, provides social protection, pays taxes, and all this is controlled by state



authorities. But during the period of self-isolation, they were not allowed to work, while the self-employed people went to their clients' homes and made money.

Naturally, there was a big wave of resentment in the industry over this situation. So, we want to draw the attention of the government authorities to this problem. The requirements need to be levelled and the responsibility for illegal entrepreneurship needs to be increased. We have proposed a project to introduce a "beauty-ID", which would link the education of a specialist and his or her medical certificate. This would help to make the shadow market of beauty services more transparent.

– New ideas are not always supported broadly straight away. How many members does the association currently have and how active are new members?

– To join the APIK, a member of the beauty industry simply needs to visit the website and fill in the application form. At the moment we have more than 40 regions involved in our work, each region has its own community. We communicate with each other in the federal chat room, working out strategies of behaviour, and then all this is disseminated in the regional chat rooms. There are around three thousand people in the federal chat room at the moment. There are those who have not become members of the association and yet are also connected to our channels. The position of all the APIK founders is that we do not divide people into insiders and outsiders. We all work for a client who comes to us for beauty services.

– Mrs. Averina, in addition to being CEO of APIK, you also have your own business – the OblakaStudio chain of beauty salons.

How do you manage to combine these activities successfully?

– Everyone who is active in APIK already has established businesses, these are not start-ups, which require support and attention. I have a good management team. There are clear and precise standards, and as a founder I don't have to take part in operational management, I deal only with strategic tasks. When it comes to social work, of course, it is time-consuming. At the same time, it is more of a project nature: when there is a task, we gather, we solve it, and then we separate. We can meet for days in a row and then for days in a row not see each other.

– Do you think the beauty industry has recovered from the crisis so far?

– Unfortunately, it hasn't. Fifteen per cent of the 10,000 small businesses in the beauty industry of Moscow closed during the pandemic, and another 30% are on the brink of survival. On average, revenues in 2020 fell by 30-50%. At the same time, costs of entrepreneurs have increased, for example, due to expenses for PPE. About 40% of 180 thousand employees were downsized.

Today, we apply for the industry to be supported in the current moment. We ask that debts for insurance payments and taxes be forgiven, that taxes be cancelled for the 1st quarter of 2021, that compensation for the costs on personal protective equipment be renewed and that the new loan package be interest-free as well.

In addition to the tactical, we have strategic initiatives for the development of the sector: we propose that the state guarantee business loans at 4% interest per annum be granted to entrepreneurs. This would support the industry and bring entrepreneurs back into the industry.

We ask to consider the possibility of reducing the social contribution fees for all wages to 15% for human-intensive industries such as ours. We also ask that some services such as massages, certain cosmetic procedures be included in the compulsory health insurance and that tax deductions be possible. Another initiative of ours is that the state should allocate funds in the form of compensation for a visit to a salon under the Active Citizen programme.

Another systemic issue is to refine the requirements of SanPiN to modern standards in order to combine them with real business. This would help to reduce the number of fines and generally make the work easier.

– You have a wealth of experience in entrepreneurship, and not just in the beauty industry. Does this help you in your work with APIK?

– The success of an entrepreneur largely depends on his or her ability to make proper decisions. It is necessary not to narrate problems, but to be able to solve them. I guess those who have headed APIK are just the people of that kind. I represent the interests of a large group of people, I am ready to make decisions and follow them. My personal conviction is that it is better to regret what you have done than to regret what you have not done.

I can also mention the following positive fact: we are no longer competitors, we exchange questions with each other and share information in common chats, explaining how to work according to new requirements. This communication and mutual help have helped us survive the crisis considerably easier.

We have realized a simple truth: no one will protect our business but ourselves. Now is the time to act. There are many of us, united by a common goal and purpose. And we don't give up.

ЭСТЕ ЛАБ

**Юлия
Чеботарева:**

«Благодаря
эстетической медицине
можно выявить
некоторые соматические
заболевания, потому что
красота – это в первую
очередь здоровье»

Красота – это не только данность, но и плод работы специалистов многих профессий, в частности представителей эстетической медицины. Данное направление, по оценкам экспертов, развивается столь стремительно, что отследить новые тренды под силу лишь тем, кто по-настоящему предан своему делу.

О том, может ли бьюти-индустрия заменить пластическую хирургию и какие процедуры сегодня пользуются популярностью у мужчин, нам рассказала Юлия Чеботарева – врач-дерматовенеролог, врач-косметолог, главный врач клиники «Эстелаб», член Американского общества лазерной медицины и хирургии (ASLMS), KOL CoolSculpting by Allergan, сертифицированный тренер компаний Syneron Candela, Ipsen и GALDERMA.

– Юлия, как эволюционировала бьюти-индустрия за последние годы, может ли косметология сегодня, на ваш взгляд, заменить пластическую хирургию?

– Наука не стоит на месте и с каждым годом, даже с каждым месяцем, появляются новые методики, оборудование, инъекционные препараты, а также сочетанные протоколы, для того чтобы достичь максимально эффективных результатов в коррекции эстетических недостатков и в омоложении. Тем не менее пластическую хирургию эстетическая медицина заменить не может. Эти два направления всегда находились в определённом симбиозе. Если ранее женщины ложились на стол пластического хирурга несколько раз за всю жизнь, то сейчас, как правило, есть возможность сохранить молодость кожи без операции до 45-50 лет, при условии что женщина пользуется эстетической медициной. После того как возникают некие изменения, являющиеся непостоянными для эстетической медицины, мы отправляем наших пациентов к пластическим хирургам, которые удаляют избытки кожи. И далее можно будет снова обходиться без операций, просто поддерживать качество кожи и сохранять тем самым максимально естественный вид.

– Сейчас в тренде не «маскировка старости», а технологии, оказывающие комплексное влияние на организм и приводящие к его реальному омоложению. Насколько продвинулись в этом направлении косметология и медицина в целом, ведь при таком комплексном влиянии на организм косметолог должен действовать вкупе с коллегами из самых разных областей, не правда ли? Минус сколько лет (или десятилетий?) вы можете обещать сегодня пациенту?

– Да, в самом деле, эстетическая медицина сегодня – это не просто аппаратные и инъекционные процедуры. Дело в том, что благодаря эстетической медицине выявляются некоторые соматические заболевания, потому что красота – это в первую очередь здоровье. И когда пациент обращается к нам

с теми или иными эстетическими недостатками, связанными с кожей и преждевременным старением, мы можем направить его к специалистам, для того чтобы решить вопросы со здоровьем. Таким образом, человек не только омолаживается, но и оздоравливается. Сегодня многие люди уделяют большое внимание своей внешности, так как понимают, что ЗОЖ благотворно отражается не только на состоянии кожи, но и на всём организме.

– Вы активно участвуете в российских и зарубежных профессиональных конференциях. В какой роли приходится выступать чаще всего: в качестве эксперта или «студента»?

– Действительно, наша профессия предусматривает постоянное обучение. Я много лет не пропускаю профессиональные конференции, в которых принимаю участие не только как спикер, но и как «ученик». Всегда с интересом рассматриваю клинический опыт коллег, слушаю их доклады, например о сочетании различных процедур.

– Собственник медицинского бизнеса премиум-класса сегодня должен постоянно удивлять и стремиться к обновлению парка оборудования, препаратов и протоколов. А какие сюрпризы припасла клиника «Эстелаб» для своих клиентов?

– Совершенно верно подмечено. Клиника эстетической медицины сейчас – это то место, куда женщины и мужчины приходят не просто за привычными для всех процедурами. Наши пациенты хотят быть в курсе последних эстетических новинок. И конечно, мы должны отслеживать тенденции на данном рынке. Например, я всегда лично посещаю официальных дистрибьюторов, знакомлюсь с новыми технологиями и отслеживаю появление у них регистрационных удостоверений в России. Самый лучший опыт немедленно внедряю в клинику «Эстелаб».

– В «Эстелаб» частые гости – звёзды российского шоу-бизнеса. Почему они выбирают именно ваш салон, в чём его преимущества перед другими?

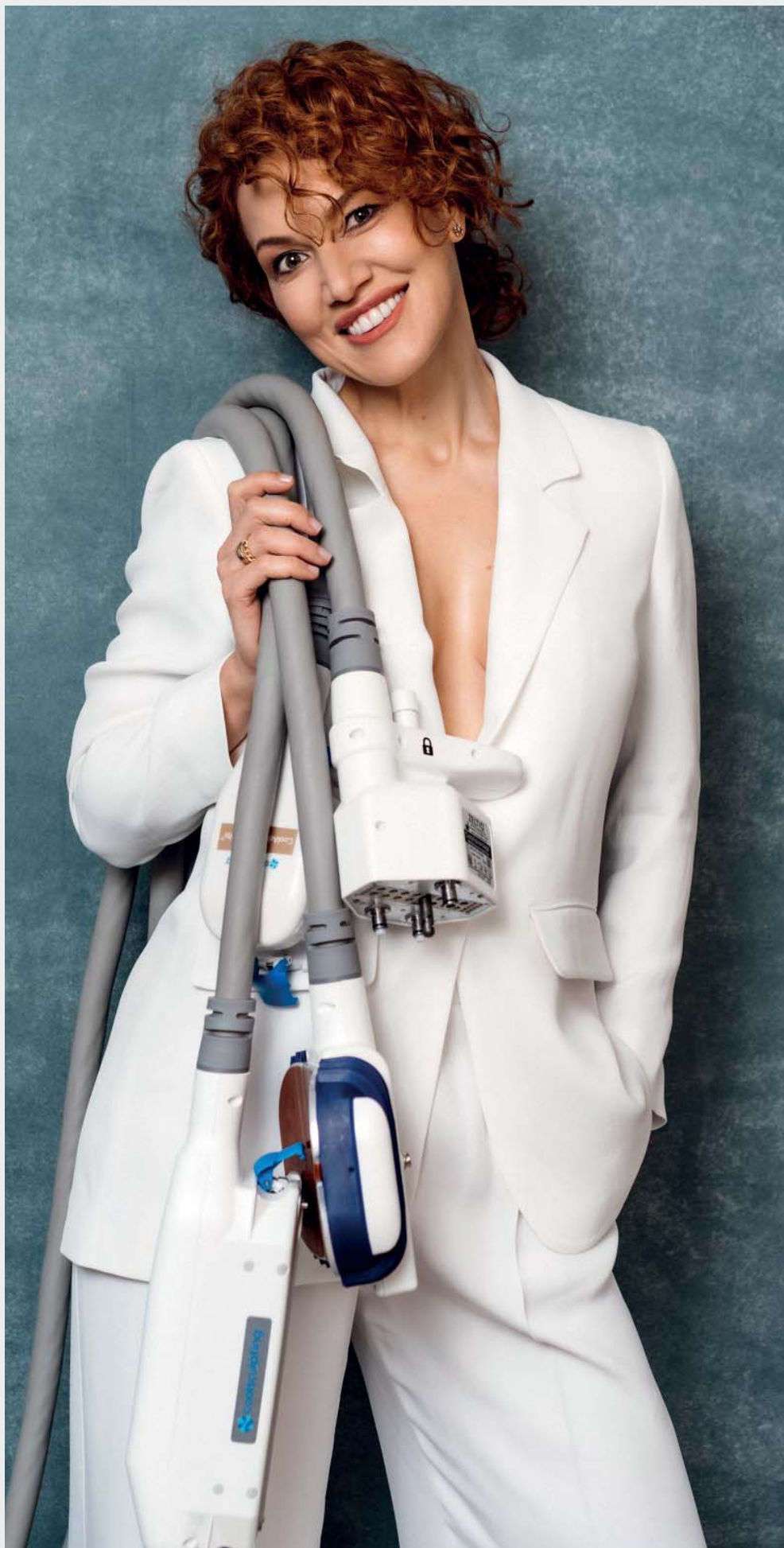
– Правда, в нашу клинику часто приходят звёзды российского шоу-бизнеса. Почему они нас выбирают? Сложно сказать (смеётся). Наверное, потому, что хотят быть красивыми и ухоженными, а «Эстелаб» – это кладёшь новейших аппаратных и инъекционных методик.

– Среди ваших клиентов числятся не только женщины, но и представители сильного пола. Какие процедуры вы предоставляете для мужчин, пользуются ли они популярностью по сравнению с женскими?

– Ещё лет десять назад мужчины обращались намного реже, даже если требовалось лечение кожных болезней, таких как акне, розацеа и др. Походы к дерматологу или косметологу считались чем-то постыдным и в целом немужским делом. Сегодня взгляды изменились, а мужская привлекательность не сводится к чистой обуви и суровой брутальности во взгляде. Ухоженная здоровая кожа для мужчин – такой же обязательный атрибут образа, как и для женщин. Именно с этого направления они, как правило, и начинают знакомство с косметологом. Самая популярная первичная процедура у мужчин, по моим наблюдениям, это уход Hydrafacial – альтернатива классической чистке лица. После неё сразу заметно улучшается цвет лица, сужаются поры, исчезают чёрные точки. А после того как мужчины видят первые результаты процедуры, они охотнее соглашаются и на другие: аппаратные и инъекционные. Например, Ultherapy, Cynosure Icon, VBeam Candela, CoolSculpting.

– Из-за последствий коронакризиса за время, прошедшее с его начала, закрылось или приостановило бизнес более 15% представителей индустрии красоты. А как кризис повлиял на вашу работу? Что помогает вам не просто выживать, но и развиваться в столь непростое время?

– В период пандемии, в соответствии с требованиями, наша клиника имела право принимать пациентов с хроническими кожными заболеваниями и по неотложным экстренным показаниям, так как у нас есть необходимая



лицензия. Персонал «Эстелаб» соблюдал все санитарно-эпидемиологические правила, а все сотрудники регулярно сдавали тест на COVID-19. В связи с этими требованиями мы были вынуждены резко ограничить приём пациентов по эстетическим показаниям. Однако мы нашли выход из ситуации и приняли ряд управленческих решений, связанных с экстремально изменившейся ситуацией на рынке.

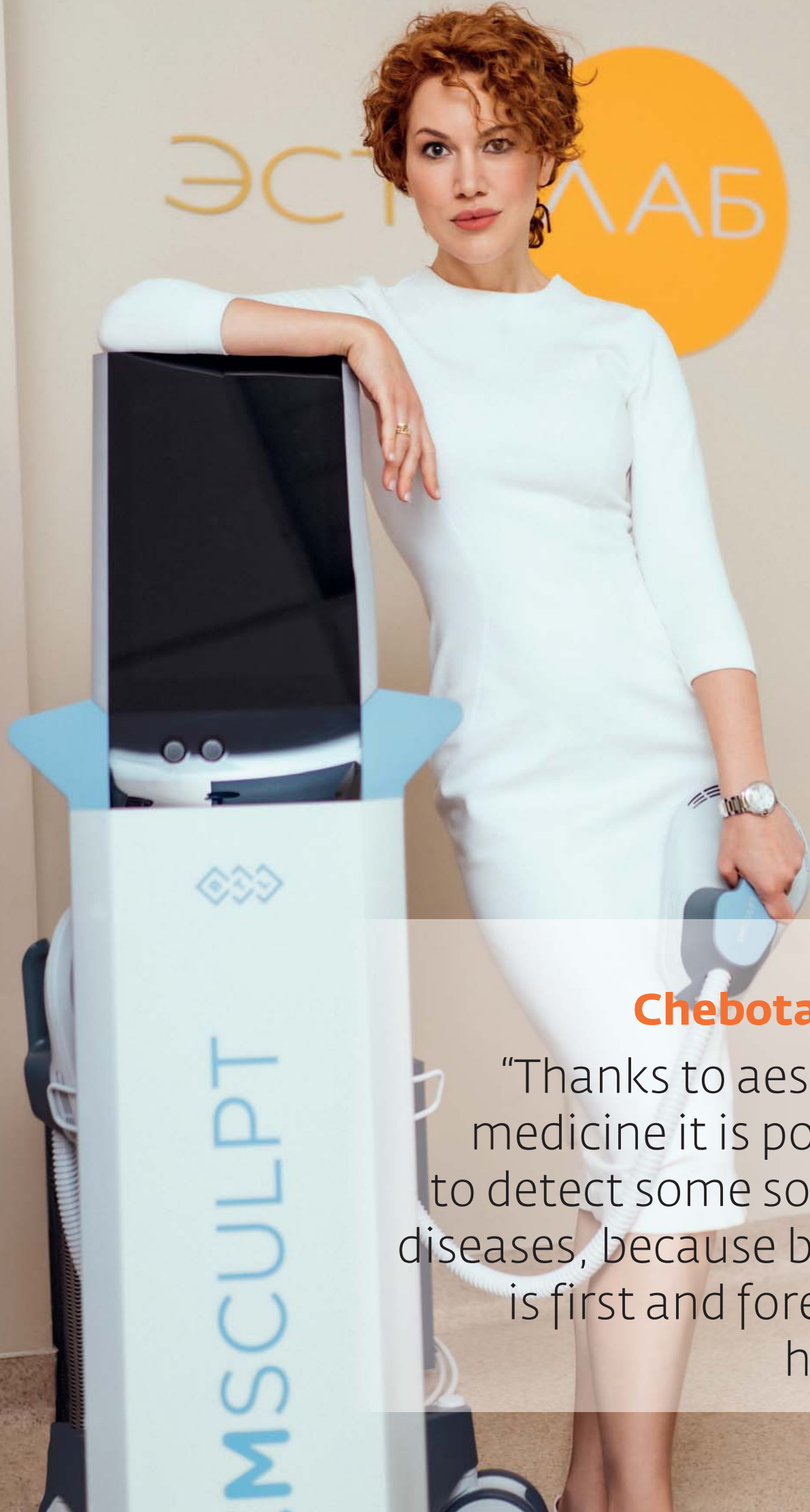
У нас появились новые протоколы для укрепления иммунитета, доступные по цене всем категориям граждан. Это специальный противовирусный чек-лист пищевых добавок и нутриентов, которые необходимо принимать для укрепления иммунитета и профилактики COVID-19: витамин С, L-лизин, цинк, Orthomol Immun, beta-glucans.

– Цифровая реальность в последний год решительно вторглась во все области жизни, в частности изменила способы коммуникации с клиентами. И в этой ситуации, безусловно, выиграл тот, кто начал цифровизацию своего бизнеса загодя. Думаю, «Эстелаб» в их числе, ведь только в вашем личном блоге в «Инстаграме» около 350 тысяч подписчиков. Расскажите, как встраиваетесь в новую цифровую реальность?

– Мы начали развивать такое направление, как онлайн-медицина. Мой аккаунт в «Инстаграме» (@julia_chebotareva_estelab) является площадкой для получения новой точной информации о решении эстетических задач. А в апреле 2020 года клиника «Эстелаб» объявила о запуске бесплатных видеоконсультаций для пациентов со всей России, из СНГ и стран Европы. За три месяца мы провели более 30 000 видеоконсультаций.

Также мы предлагаем бьюти-боксы для пациентов из России и Европы. Все клиенты интернет-магазина бесплатно получают онлайн-консультации по подбору косметики и формированию персонализированного бьюти-бокса. Советы дают профессиональные врачи и эстетисты.

Более того, я активно веду свой YouTube-канал «Юлия Чеботарева ЭСТЕЛАБ».



**Julia
Chebotareva:**

“Thanks to aesthetic medicine it is possible to detect some somatic diseases, because beauty is first and foremost health”

Beauty is not just a natural gift, but also a result of work of professionals of many fields, in particular, representatives of aesthetic medicine. This field, according to experts, is developing so rapidly that only those who are truly devoted to their profession are able to follow the new trends. Whether beauty-industry can replace plastic surgery, and what procedures are popular among men today we learned from Julia Chebotareva, dermatologist, cosmetologist, head doctor of the ESTELAB clinic, a member of the American Society for Laser Medicine and Surgery (ASLM), KOL CoolSculpting by Allergan, certified trainer of Syneron Candela, IPSEN, GALDERMA.

– Mrs. Chebotareva, how has the beauty industry evolved in recent years, can cosmetology today, in your opinion, replace plastic surgery?

– Science does not stand still. New techniques, equipment, injectables, and combined protocols appear every year, even every month, so as to achieve the most effective results in correction of aesthetic imperfections and rejuvenation. However, aesthetic medicine cannot replace plastic surgery. These two areas have always been in a certain symbiosis. Previously, women had to lie down on the table of a plastic surgeon several times in their lifetime. Nowadays it is generally possible to maintain youthful skin without surgery until the age of 45-50 years, provided that a woman uses aesthetic medicine. Once there appear some changes which are beyond the reach of aesthetic medicine, we refer our patients to plastic surgeons who remove extra skin. After that it is possible to do without surgery again and simply maintain the quality of skin, thereby maintaining as natural a look as possible.

– The trend today is not to “conceal ageing”, but to use technology that has a comprehensive effect on an organism and leads to a real rejuvenation. How advanced are cosmetology and medicine in this direction in general, since such a comprehensive effect on the body requires a cosmetologist to work together with colleagues from various fields, isn’t it? How many years (or decades?) younger can you promise a patient to look today?

– Yes, indeed, aesthetic medicine today is not just apparatus and injection procedures. The fact is that, thanks to aesthetic medicine it is possible to detect some somatic diseases, because beauty is first and foremost health. If a patient approaches us with certain aesthetic problems related to skin and premature aging, we can refer him/her to specialists in order to solve his/her health problems. This way, a person is not only rejuvenated but also revitalized. Many people today are concerned about their looks. They feel that healthy lifestyle provides them with benefits, not only for their skin but also for their health. It has a favourable effect not only on the skin, but on the body as a whole.

– You are an active participant in professional conferences both in Russia and abroad. What role do you often have: as an expert or a “student”?

– Yes, indeed our profession requires constant learning. For many years I do not miss professional conferences, in which

I participate not only as a speaker but also as a “student”. I always look with interest at clinical experiences of my colleagues and listen to their reports, for example on the combination of different procedures.

– Owners of premium medical businesses today continually have to “surprise” and strive to upgrade their fleets of equipment, products and protocols. And what surprises does Estelab offer its customers?

– That’s exactly right. These days aesthetic medicine clinics are places where women and men come for more than just the usual treatments. Clients want to be informed about the latest trends in aesthetics. And of course, we need to keep an eye on trends on this market. So, I visit official distributors, for example; I always learn about new technologies and follow up to see whether they have a registration certificate in Russia. I immediately implement the best practices at the Estelab clinic.

– Why do representatives of Russian show business often come to Estelab? What are the advantages of Estelab compared to other salons?

– Indeed, representatives of Russian show business often come to our clinic. Why do they choose us? It is difficult to say (laughs). Probably because they want to be beautiful and well-groomed, and Estelab is a treasure trove of the latest apparatus and injection techniques.

– There are not only women among your clients, but also men. What treatments do you provide for men and are they as popular as for women?

– Ten years ago, men consulted us much less frequently, even when they needed treatment for skin conditions such as acne, rosacea and others. Going to a dermatologist or beautician was considered as something to be ashamed of and generally not a male concern. Today the outlook has changed and appeal for men is not just a matter of clean shoes and look of raw power. Well-groomed, healthy skin is as much a must-have for men as it is for women. As a rule, this is the first aspect which becomes the start of a man’s regular acquaintance with a beauty therapist. The most popular primary treatment for men, according to my observations, is Hydrafacial care – an alternative to classic facial cleansing. It immediately noticeably improves the complexion, tightens pores; black spots disappear. After men see the first results of the procedure, they are ready to undergo other types of treatments – apparatus and injectables.

For example, Ultherapy, Synosur Icon, Candela Vebem, Coolsculpting.

– More than 15% of the beauty industry has closed or suspended business since the corona crisis began. How has the crisis affected your work? What helps you not just to survive, but to grow in such difficult time?

– During the pandemic, as required, our clinic had the right to receive patients with chronic skin diseases and in emergency cases, as we have the necessary license. The staff at Estelab were in compliance with all sanitary and epidemiological regulations and were regularly tested for COVID-19. Due to these requirements, we were forced to drastically limit acceptance of patients for aesthetic reasons. However, we have managed to find a way out of this situation and made a number of management decisions in response to the extreme change of the market situation.

We have new immune-boosting protocols that are affordable to all categories of citizens. This is a special antiviral checklist of supplements and nutrients that should be taken to strengthen immunity and prevent COVID-19: Vitamin C, L-Lysine, Zinc, Optomol Immun, Beta-glucans.

– Digital reality has decisively invaded all areas of life during the past year. In particular, it has changed the way businesses communicate with their customers. In this situation, those who have started digitalizing their business in advance have definitely benefited. I think Estelab is one of them – after all, you have around 350,000 followers on your personal Instagram blog alone. Can you tell us how do you integrate into the new digital reality?

– We have begun to develop such a field as online medicine. My Instagram account (@julia_chebotareva_estelab) is a platform for receiving accurate new information on aesthetic solutions. In April 2020 Estelab Clinic announced the launch of free video consultations for patients throughout Russia, CIS and Europe. In three months we have conducted more than 30,000 video consultations.

We also offer beauty boxes for patients from Russia and Europe. All clients of the online shop receive free online advice on selection of cosmetics and formation of a personal beauty box. The advice is given by professional doctors and aestheticians.

Furthermore, I actively manage my YouTube channel (Julia Chebotareva ESTELAB).





Денис Груздев:

«Наша миссия – создание и внедрение инноваций в косметологии!»

В Клинику доктора Груздева с надеждой едут пациенты не только из родного Санкт-Петербурга и со всей России, но и без преувеличения со всего мира. И не разочаровываются в выборе, судя по тому, что рекомендуют потом клинику знакомым и друзьям! Едут сюда и косметологи – перенимать бесценный опыт создания инновационных методик. Вот и мы приехали в Северную столицу специально, чтобы задать несколько вопросов учредителю клиники, президенту Ассоциации нитевых имплантологов (АНИ) Денису Груздеву.

– Денис Анатольевич, Клиника доктора Груздева включает в себя отделения косметологии, флебологии, неврологии и комфортабельный стационар. Но сегодня хотелось бы поговорить именно о косметологическом направлении. Расскажите историю создания клиники, которой в нынешнем январе исполнилось десять лет. Как всё начиналось? На какой базе вы её создавали?

– Базой стала небольшая клиника в центре города, она и сейчас занята одним из наших отделений. Тогда она включала в себя отделения косметологии, неврологии и флебологии.

Начинали мы с командой единомышленников, профессионалов, желавших активно развиваться в профессии. Команда набиралась постепенно, примерно с 2001 года, ещё с моих однокурсников. То есть её костяку почти 20 лет, тогда как Клинике доктора Груздева – 10 лет.

Однажды мы поняли, что пора создавать платформу, отвечающую нашим высоким профессиональным стандартам. В данном случае не команда подбиралась под клинику, а клиника создавалась под команду.

– Клиник и отделений эстетической косметологии много в России, немало и в Петербурге. Чем вы отличаетесь от коллег и конкурентов?

– Наше основное отличие в том, что мы много времени и сил уделяем разработке и внедрению новых технологий и методик в косметологии. Преимущественно занимаемся таким разделом эстетической медицины, как нитевая имплантология. Сопровождаем пациента на всех этапах, начиная с первого визита в клинику, в том числе уделяем внимание профилактике и лечению возможных осложнений.

На сегодняшний день наша клиника является лидером в нитевой имплантологии. Именно мы проводим обучение врачей в России и Европе, читаем лекции, демонстрируем методики. Ко мне, как к автору методик, приезжают пациенты со всего мира.

– Как бы ни продвинулась вперёд медицинская техника, пациенты по-прежнему идут «на врача». Вы это прекрасно понимаете, раз учли даже в названии клиники. Расскажите о себе и своём коллективе.

– Я окончил лечебный факультет Государственной медицинской академии им. И. И. Мечникова. Затем прошёл интернатуру по специальности «общая хирургия». Со студенческих времён мне импонировала работа руками. После я получил образование в сфере косметологии и дерматологии. И уже порядка 20 лет работаю в направлении эстетической медицины.

Если говорить о коллективе, его костяк – высококвалифицированные профессио-

налы, мои единомышленники и при этом давние друзья. У нас работают врачи высшей категории, а среди них – кандидаты и доктора наук.

Клиника интегрирована с нашим учебным центром последипломного образования. На его базе действует Ассоциация нитевых имплантологов, президентом которой я являюсь. Мы и работаем, и преподаем. У нас разработано несколько авторских обучающих курсов по нитевой имплантологии с выдачей удостоверений государственного образца. Участвуем во всех крупных конгрессах косметологов в стране.

– Говорят, методики безоперационного омоложения за последние годы так продвинулись вперёд, что достигли эффективности, не уступающей пластической хирургии?

– В некоторых областях – да. В частности, если говорить о нитевом лифтинге, то во многих случаях он даже обгоняет хирургию. При этом манипуляция не требует наркоза. Прокол значительно отличается от разреза, мы ничего не удаляем. К плюсам можно отнести и очень короткую реабилитацию.

– Вы практикуете целый ряд авторских методик, часть которых так и называется: «Петля Груздева», «Гамма Груздева»... Расскажите об этом направлении вашей работы.

– Мною разработано большое количество авторских инновационных методик в области нитевой имплантологии. Это как раз те методики, которые вы перечислили, а также Double Lift®. Все они колоссально отличаются тем, что дают максимум возможностей при применении стандартного количества нитей, а также гарантируют максимальный эстетический результат. Эффект от их применения приближен к результату пластической операции.

– Давно прошли времена, когда контурная пластика была доступна только звёздам Голливуда. Сегодня это довольно привычная процедура, но и она всё время совершенствуется. Что предлагает Клиника доктора Груздева в этой сфере?

– На сегодняшний день мы используем все инъекционные импланты, в зависимости от поставленной задачи. У нас есть американские, корейские, французские, швейцарские материалы – как премиального сегмента, так и более бюджетные препараты хорошего качества. Каждый случай индивидуален, мы подбираем то, что подходит конкретному пациенту.

– Аппаратная косметология в ряде случаев также успешно решает проблему омоложения кожи. В вашем распоряжении большое количество разнообразного, в том числе инновационного, оборудования. Какие процедуры оно позволяет проводить, каких эффектов добиваться?

– Сегодня у аппаратной косметологии есть много возможностей по выравниванию цвета лица, депигментации, улучшению текстуры кожи, уменьшению пористости, удалению всевозможных новообразований, коррекции морщин, разглаживанию складок, подтяжке век за счёт уплотнения тканей. Эти методики дают возможность существенно улучшить свой внешний вид без обращения к хирургии.

– Методики, о которых шла речь, касаются омоложения кожи лица. Но не менее важно для нас и наше тело! Какие методы коррекции фигуры может предложить косметология? Это самостоятельные методики или они действенны только в комплексе с не-косметологическими методами?

– Если мы говорим об уменьшении объёмов, тут, конечно, важны диета и спорт, правильный образ жизни. Но бывают и какие-то отдельные проблемы, допустим, гипотонус кожи декольте или незначительные избытки жирового слоя. В этом случае можно воздействовать аппаратами, применить так называемые жидкие нити, инъекции, препараты для выработки коллагена. Это возможно и в качестве монотерапии, и как часть комплексной программы для решения той или иной проблемы.

– Кто ваши пациенты, откуда они? Как они находят вас, а вы – их? Почему выбирают Клинику доктора Груздева?

– В первую очередь тут работает са-рафанное радио. Женщины не слишком охотно делятся с окружающими информацией о своих походах к косметологу. Но когда подруги видят, что человек поменялся колоссально, скинув лет 10, они стараются узнать секрет молодости и в результате приходят к нам.

Примерно половина наших пациентов – из Санкт-Петербурга, 30% – из Москвы, потому что соотношение «цена – качество» у нас интереснее: жителям столицы выгоднее приехать к нам, чтобы получить очень качественную процедуру за умеренную цену.

В большой степени это касается и приезжающих из других стран: у нас много пациентов из Америки, Европы и даже из Австралии. Недавно в нашей клинике была пациентка из Лондона, баронесса, узнавшая о моей методике из статьи в медицинском журнале. Буквально вчера была пациентка из Швейцарии, которая сначала пришла в свою, швейцарскую, клинику, где ей посоветовали сделать «Петлю Груздева». Однако она решила, что лучше поедет к автору методики: этот вариант будет более эффективным и бюджетным, а кроме того, позволит совместить медицинскую манипуляцию и путешествие в знаменитый Санкт-Петербург.

– Ваша клиника располагает собственным современным учебным центром. Где он находится? Кто и чему обучается в нём? Кто преподаёт?

– Наш Северо-Западный медицинский учебный центр последипломного образования (СЗМУЦПО) – один из самых крупных в России. Конференц-зал вмещает

более 100 слушателей, имеется большой процедурный кабинет. Центр оснащён современным проекционным, звуковым и мультимедийным оборудованием, установлены профессиональный проектор, большой экран, система аудио- и видеотрансляции с обратной связью.

У центра есть лицензия на право ведения образовательной деятельности. Мы регулярно проводим обучение по нитевой имплантологии, сочетанным методикам, в частности аппаратной и инъекционной косметологии, методам радиочастотного лифтинга. По окончании курса выдаются удостоверения государственного образца. Крупные компании, такие как «КЛОБЕРМЕД», Ipsen, Allergan, «Кит Мед» и многие другие, также проводят обучение на нашей базе.

Наш центр располагается в самом центре города, на Петроградской стороне, недалеко от Петропавловской крепости и других достопримечательностей Северной столицы. Таким образом, приезжающие к нам со всей России пластические хирурги и косметологи могут сочетать приятное с полезным: получение новых знаний и экскурсии по Петербургу.

– Каковы планы клиники на ближайший год?

– Прежде всего – это внедрение инноваций. Сейчас я разрабатываю несколько новых методов нитевой имплантологии. Не буду говорить о них подробно, пока они не запатентованы. Скажу лишь, что это очень интересные методы лифтинга и армирования, по эффективности превышающие операционные, с применением совершенно новых высокотехнологичных материалов.

– Можно сказать, вы готовите прорыв в этой сфере?

– Да, подобных методов в мире ещё нет. На сегодняшний день самая эффективная методика – Double Lift®, но новые разработки обойдут её. Они практически не потребуют реабилитации: пациент через два часа выйдет из клиники совершенно другим человеком!

И ещё немного о ближайшем будущем. У нас много не выведенных на рынок продуктов: это липолитические, лечебные и другие виды нитей. Планируем знакомить с ними рынок – и сами, и через партнёров.

– Как бы вы сформулировали миссию Клиники доктора Груздева?

– Наша миссия – это в первую очередь создание и последующее внедрение инноваций в косметологии. А наша сверхзадача – сделать так, чтобы на планете было больше здоровых и красивых людей, отличающихся своей индивидуальностью!



A professional portrait of Denis Gruzdev, a man with a beard and short dark hair, wearing a dark suit, white shirt, and a red patterned tie. He is looking slightly to the left of the camera with a serious expression. The background is a blurred interior with a patterned wall.

Denis
Gruzdev:

**“Our mission
is to create
and introduce
innovations in
cosmetology!”**

Gruzdev Clinic takes care of patients not only from its native St. Petersburg and from all over Russia, but also, without exaggeration, from all over the world. And they are not disappointed in the choice, judging by the fact that they recommend the clinic to friends and acquaintances! Cosmetologists also come here to learn from the invaluable experience of creating innovative techniques. So, we came to the northern capital specifically to talk to Denis Gruzdev, founder of the clinic, President of the Association of Thread Implantologists (ANI).

– Mr. Gruzdev, Gruzdev Clinic includes the cosmetology, phlebology, neurology departments and a comfortable hospital. But today I would like to talk about the cosmetology department. Tell us the story of the establishment of the clinic, which celebrated its tenth anniversary this January. How it all began? On what basis did you create it?

– The base was a small clinic in the city center, which is still occupied by one of our departments. Then it included the departments of cosmetology, neurology and phlebology.

We started with a team of like-minded people, professionals who wanted to develop in the profession. The team has been recruited gradually, since about 2001, starting from my classmates. That is, its

backbone is almost 20 years old, while Gruzdev Clinic is 10 years old.

Once we realized that it was time to create a platform that meets our high professional standards. In this case, it was not the team that was selected for the clinic, but the clinic was created for the team.

– There are many clinics and departments of aesthetic cosmetology in Russia, and there are also many of them in St. Petersburg. What makes you different from your colleagues and competitors?

– Our main difference is that we devote a lot of time and effort to the development and implementation of new technologies and techniques in cosmetology. We are mainly engaged in such a section of aesthetic medicine as thread implantology. We

accompany the patient at all stages, starting from the first visit to the clinic, including paying attention to the prevention and treatment of possible complications.

Today our clinic is a leader in thread implantology. It's we who train doctors in Russia and Europe, give lectures, and demonstrate new techniques. Patients from all over the world come to me, since I'm the author of many techniques.

– No matter how advanced medical technology is, patients still go to the doctor. You understand this perfectly, since you even took it into account creating the name of the clinic. Tell us about yourself and your team.

– I graduated from the medical faculty of the Mechnikov State Medical Academy. Then I completed an internship in general surgery.

Since my student days, I liked to work with my hands. After that I got a degree in the field of cosmetology and dermatology. And for about 20 years I have been working in the field of aesthetic medicine.

If we talk about the team, its backbone is highly qualified professionals, my associates and at the same time old friends. We have doctors of the highest category, and among them there are candidates and doctors of sciences.

The clinic is integrated with our postgraduate training center. I'm the president of the Association of Thread Implantologists which operates on its basis. We work and teach. We have developed several author's training courses on thread implantology with the issuance of state certificates. We participate in all major congresses of cosmetologists in the country.

– They say that the methods of non-surgical rejuvenation in recent years have advanced so much that they have achieved an efficiency that is not inferior to plastic surgery?

– In some areas, yes. In particular, if we talk about thread lifting, then in many cases it even surpasses surgery. Moreover, the manipulation doesn't require anesthesia. The puncture is significantly different from the incision, we don't remove anything. The advantages include a very short rehabilitation.

– You practice a number of author's techniques, some of which are called: "Gruzdev's Loop", "Gruzdev's Hammock"... Tell us about this area of your work.

– I have developed a large number of original innovative techniques in the field of thread implantology. These are exactly the techniques that you listed, as well as Double Lift®. All of them are very different in that they give maximum possibilities when using a standard number of threads, and also guarantee the maximum aesthetic result. The effect of their use is close to the result of plastic surgery.

– The days when contouring was only available to Hollywood stars passed long ago. Today this is a fairly common procedure, but it's also being improved all the time. What does Gruzdev Clinic offer in this area?

– Today we use all injection implants, depending on the task at hand. We have American, Korean, French, Swiss materials – both premium segment and cheaper drugs of good quality. Each case is individual, we select what suits a particular patient.

– Instrumental cosmetology in some cases also successfully solves the problem of skin rejuvenation. You have at your disposal a wide variety of equipment, including innovative devices. What procedures do they carry out, what effects can be achieved?

– Today, instrumental cosmetology has many opportunities for smoothing complexion, depigmentation, improving skin texture, reducing porosity, removing all kinds of neoplasms, correcting wrinkles, smoothing folds, lifting eyelids due to tissue tightening. These techniques make it possible to significantly improve your appearance without resorting to surgery.

– The techniques discussed above relate to facial skin rejuvenation. But our body is no less important for us! What methods of body shaping can cosmetology offer? Are these techniques independent or are they effective only in combination with non-cosmetic methods?

– If we are talking about reducing the volume, then, of course, diet and sports, a healthy lifestyle are important. But there are also some individual problems, for example, hypotonia of the low-neck skin or slight excess of the fat layer. In this case, we can use devices, apply the so-called liquid threads, injections, preparations for the production of collagen. This is possible both as monotherapy and as part of a comprehensive program to solve a particular problem.

– Who are your patients, where are they from? How do they find you and you find them? Why do they choose Gruzdev Clinic?

– First of all, word of mouth works here. Women are not too willing to share with others information about their visits to a beautician. But when friends see that a person has changed enormously, having thrown off 10 years, they try to find out the secret of youth and, as a result, come to us.

About half of our patients are from St. Petersburg, 30% are from Moscow, because the price-quality ratio is more interesting here: it's more profitable for residents of the capital to come to us in order to receive a very high-quality procedure at a reasonable price.

To a large extent, this also applies to those who come from other countries: we have many patients from America, Europe and even from Australia. There was a patient from London, a baroness, who learned about my technique from an article in a medical journal. Just yesterday there was a patient from Switzerland, who first came to a Swiss clinic, where she was advised to do the "Gruzdev's Loop". However, she decided that it would be better to go to the author of the technique: this option would be more effective and cheaper, and in addition, it would allow combining medical manipulation and travel to the famous St. Petersburg.

– Your clinic has its own modern training center. Where is it located? What knowledge can one get there? Who is teaching?

– Our North-West Medical Training Center for Postgraduate Education (SZMUTSPO) is

one of the largest in Russia. The conference room can accommodate over 100 listeners, there is a large treatment room. The center is equipped with modern projection, sound and multimedia equipment. We have a professional projector, a large screen, an audio and video broadcasting system with feedback installed.

The center has a license to conduct educational activities. We regularly conduct training in thread implantology, combined techniques, in particular, instrumental and injection cosmetology, and radiofrequency lifting techniques. At the end of the course, state-approved certificates are issued. Large companies such as CLOVERMED, Ipsen, Allergan, Kit Med and many others also conduct training at our base.

Our center is located in the very center of the city, on the Petrogradskaya side, not far from the Peter and Paul Fortress and other attractions of the Northern capital. Thus, plastic surgeons and cosmetologists who come to us from all over Russia can combine business with pleasure: gaining new knowledge and having excursions around St. Petersburg.

– What are the plans of the clinic for the next year?

– First of all, it's the introduction of innovations. I'm currently developing several new methods of thread implantology. I will not talk about them in detail until they are patented. Let me just say that these are very interesting methods of lifting and reinforcement, which are more effective than operating ones, using completely new high-tech materials.

– We can say that you are preparing a breakthrough in this area?

– Yes, there are no such methods in the world yet. By far the most effective technique is Double Lift®, but new developments will bypass it. They practically don't require rehabilitation: the patient will leave the clinic in two hours as a completely different person!

And a little more about the near future. We have many products that have not been introduced to the market: these are lipolytic, medicinal and other types of threads. We plan to introduce them to the market – both ourselves and through partners.

– How would you formulate the mission of Gruzdev Clinic?

– Our mission is, first of all, the creation and subsequent implementation of innovations in cosmetology. And our ultimate task is to make sure that there are more healthy and beautiful people on the planet, distinguished by their individuality!

**Interviewed
by Elena Alexandrova**

«ОстМедКонсалт»: здесь работают профессионалы!



Для определения таких людей, как Александр Некипелов, великий русский учёный Лев Гумилёв придумал термин «пассионарии» (от фр. passionner – «увлекать, разжигать страсть»). В его Теории этногенеза так названы люди, обладающие способностью абсорбировать из внешней среды энергии больше, чем это требуется только для личного и видового самосохранения, и отдавать её в виде целенаправленной работы по видоизменению окружающей среды. Это предприимчивые и смелые люди, активно и позитивно изменяющие общество. Таков Александр Андреевич – предприниматель, владелец и руководитель многопрофильной клиники «ОстМедКонсалт», обладатель премии «Двадцать успешных людей Санкт-Петербурга».

Когда-то Некипелов приехал в град Петров из небольшой вологодской деревеньки, где родился в многодетной крестьянской семье. В детстве и юности Саше пришлось познать нелёгкий крестьянский труд, потом он поступил в военное училище, но на третьем курсе был комиссован из-за полученной на тренировке травмы – разрыва барабанных перепонок. Борясь с этой бедой, Александр перенёс несколько сложных операций и, возможно, тогда-то и обрёл уважение к врачам и особый интерес к медицине. Потом Некипелов закончил политехнический и стал-таки кадровым военным, отдав армии 20 лет. В перестройку ушёл в бизнес, пройдя путь от дистрибьютора питерских кондитерских фабрик до первопроходца в сфере индустрии красоты в Северной столице. Ещё он вместе с супругой, музыкантом Ольгой Александровной, организатор частной ДМШ «Вдохновение», уже 27 лет воспитывающей юные таланты. А также – давний член Вологодского землячества в Санкт-Петербурге, а с 2014 года – председатель его совета. И в этом качестве Некипелов открывает памятники воинам-воложданам, сражавшимся на подступах к Ленинграду в годы Великой Отечественной войны, организует спортивные состязания и фестивали, издаёт книги, опекает ветеранов... Всего и не перечислишь! Но сегодня мы поговорили с Александром Андреевичем о его главном детище – клинике «ОстМедКонсалт», вернее, о косметологическом направлении её работы.

– Александр Андреевич, «ОстМедКонсалт» – многопрофильная клиника европейского уровня, высококвалифицированные врачи которой работают в областях косметологии, сосудистой и пластической хирургии, онкологии, дерматологии, педиатрии, челюстно-лицевой хирургии и так далее. Но сегодня хотелось бы поговорить именно о косметологическом направлении, развиваемом вашей компанией. Однако сначала – несколько слов об истории создания клиники, разменявшей третье десятилетие. Расскажите, как всё начиналось? На какой базе она создавалась 23 года назад? Направление косметологии сразу вошло в число приоритетных?

– Само название «Клиника «ОстМедКонсалт» пришло из Москвы: в 1998 году мои партнёры по бизнесу занимались продвижением косметологических золотых нитей. Их бренд был уже достаточно известен, так как они активно вкладывались в рекламу. Мне предложили присоединиться к этому бизнесу, открыть филиал в Санкт-Петербурге. А я был немного знаком с медициной, поэтому понимал основу продвигаемой технологии. В ре-

зультате я принял предложение, но с условием, что создаю не филиал, а отдельное предприятие. А название клиники мы выкупили. Сначала у нас было только помещение, где проводились консультации по косметологии, а пластические операции много лет осуществлялись на базе больницы. Так что косметология и пластическая хирургия были первичны для нас, а всё остальное приложилось потом.

Я горжусь тем, что в Петербурге мы начали заниматься медицинской косметологией и пластической хирургией одними из первых! И что примечательно: первопроходцы в этой области тогда не занимались конкуренцией, а старались помогать друг другу, делились методиками на благо пациентов. Выросшая на такой основе питерская пластическая хирургия и сейчас отличается честностью и порядочностью по отношению к пациентам.

В 2010 году мы построили и оборудовали клинику «ОстМедКонсалт», с операционными, оснащёнными самым передовым на тот момент оборудованием. Мы вообще всегда шли и продолжаем идти в ногу со временем, выбирая для клиники только самое лучшее из нового, появляющего-

ся в мире. Но с одной важной оговоркой: только проверенное, безопасное, сертифицированное!

С 2011-го начали развивать направление лечения детских сосудистых заболеваний. Клиника «ОстМедКонсалт» включена в перечень медицинских организаций, участвующих в реализации программы ОМС Санкт-Петербурга. Около 13 тысяч детей за эти годы получило медицинскую помощь высочайшего уровня благодаря технологиям лазерной и близкофокусной рентгенотерапии.

А с 2019 года у клиники два здания: одно – по профилю пластической хирургии, медицинской косметологии и сосудистым патологиям, второе – для детей.

– Как бы ни продвинулась вперёд медицинская техника, пациенты по-прежнему идут «на врача». Расскажите о своих специалистах.

– Костяк коллектива сложился давно, текучки кадров у нас практически нет. Среди наших косметологов иные работают со мной с 1998-го. Вот только с пластическими хирургами всё обстоит несколько иначе. Сегодня каждый мечтает много

зарабатывать. Но если человек приходит ко мне устраиваться на работу и начинается разговор с денег, он здесь работать не будет! Для меня важно, чтобы врач любил профессию, людей и творчество. Да-да, ведь пластический хирург – это своего рода скульптор! Если это есть, придут и деньги, и слава. Если врач смотрит на пациента через призму его платёжеспособности, чтобы, сделав операцию и получив оплату, сразу о нём забыть, это страшно.

Я принимаю на работу молодых хирургов, и они лет пять учатся у старших, получая при этом зарплату. И только через 4-5 лет начинают оперировать самостоятельно. Тут я ориентируюсь на зарубежную школу. Только так можно вырастить хороших хирургов, не подвергая при этом риску пациентов.

Однако, к сожалению, у нас, в отличие от зарубежных стран, нет защиты работодателей: случается, я учу человека несколько лет, а, получив квалификацию, он свободно может уйти в другое место, где пообещают «лучшие деньги». Но думаю, мы со временем придём к такой же юридической защите работодателя, что действует за рубежом.

А иногда проходят годы и отличные хирурги вновь возвращаются ко мне.

В целом же клиника «ОстМедКонсалт» – место, где собраны лучшие профессионалы, причём с творческой жилкой. Я сама занимаюсь творчеством и стараюсь подерживать его в других!

Например, у нас работает профессор Борис Парамонов – доктор медицинских наук, пластический хирург, главный внештатный специалист Минздрава РФ по СЗФО по лечению термических поражений и их последствий. Борис Алексеевич помогает тем, кто перенёс подобные травмы. У нас есть и оборудование, помогающее убирать послеожоговые рубцы. Мы очень внимательно относимся к этому направлению. Я по собственному опыту знаю, как чувствует себя человек, получивший травму и не уверенный, что ему смогут помочь...

– Аппаратная косметология в ряде случаев очень успешно решает проблему омоложения кожи. В вашем распоряжении большое количество разнообразного, в том числе инновационного, оборудования. Расскажите о нём. Какие процедуры оно позволяет проводить, каких эффектов добиваться?

– Задумывая приобрести оборудование, мы в первую очередь смотрим, популярно ли оно за рубежом. И не рассматриваем дешёвые варианты, которые могут принести нам много денег, но не дадут пациентам гарантированного результата. Покупаем преимущественно американское оборудование: оно надёжно, безопасно и результативно. Там произ-

водители сто раз всё проверяют, лишь бы не навредить пациенту. В основном это американские аппараты Palomar. Это оборудование не повреждает ткани, а воздействует на коллаген, позволяя безопасно улучшить кожу.

Что касается мелких сосудов, многие пользуются аппаратами, которые склеивают сосуды, а наши аппараты позволяют их склерозировать. Склеенный сосуд через какое-то время, возможно, уже через год, прорастает, а после нашей процедуры его больше не будет никогда.

Хотелось бы рассказать об одном из наших «коньков» – эндоскопической хирургии для омоложения лица, которое мы практикуем с 1999 года, когда одна из ведущих хирургов нашей клиники ездила в Германию, где её подготовили к применению этой методики.

Эндоскопическая хирургия не нарушает мимику. Пластическая операция – это когда делается разрез в ушной области, подтягивается кожа, перемещаются мышцы, происходит некоторое уплощение лица. А при эндоскопической хирургии через эндоскоп вводятся специальные инструменты-манипуляторы, управляемые хирургом, наблюдающим за своей работой на мониторе. При этом не повреждаются капилляры, сосуды, следов не остаётся, кожа не травмируется, но результат отличный. Плюс нет риска осложнений. В помощь врачу здесь микроскопическая видеокамера с увеличением до 400 раз. Сегодня у нас одни из лучших специалистов по эндоскопии в косметологии.

Далее – мы сильны в ринопластике, одним из самых сложных направлений.

Здесь очень важна работа с пациентом до и после операции, это половина успеха. Но конечно, важны и руки врача, и оборудование, позволяющее делать такие операции малотравматично и качественно. За такой помощью обращаются люди не только с эстетическими претензиями к внешности, но и с искривлением носовой перегородки и, как следствие, проблемами с дыханием.

Популярны сегодня операции по коррекции формы и размера молочных желез, они интересуют как молодое поколение, так и женщин после родов. И здесь у нас тоже грандиозный опыт.

Но обо всех косметологических методах и услугах, предлагаемых нашей клиникой, в рамках небольшой статьи, конечно, не рассказать, о них можно всё узнать на нашем сайте: ostmed.ru.

– Кто ваши пациенты, откуда они, как находят и почему выбирают вас?

– Наши пациенты – люди различных социальных слоёв. Есть среди них и малообеспеченные, приходящие к нам после ожогов, с «винными пятнами» на лице и т. д. И если это не блажь, а действительно

необходимость, мы помогаем за условную плату: например, процедура стоит 50 тыс., а мы её делаем за 10 тыс. рублей.

Если же дело касается пластики лица, омоложения, на них идут люди, которые могут себе это позволить, и тогда оплата по преискурранту. Но и это не «бешеные» деньги.

А о качестве наших услуг говорит тот факт, что в «ОстМедКонсалт» возвращаются пациенты и через пять, и через десять лет после обслуживания: благодарят за сделанное когда-то, приходят с новыми проблемами. Причём когда пациент через много лет видит здесь знакомые лица, это сразу вызывает доверие. На днях общался с пациенткой с Дальнего Востока. Она рассказала, что делала различные операции и в московских, и в других питерских клиниках, но такой душевности и тепла никогда не встречала. Мне было очень приятно это слышать, потому что мы искренне стараемся, чтобы в клинике было тепло как детям, так и взрослым.

Или вот вчера пришла пациентка, которая 12 лет назад у нас оперировалась, и я её узнал. Она меня обняла: «Александр Андреевич, как приятно, что вы помните своих пациентов!» Мы много времени уделяем пациентам как до, так и после операции, и они это ценят. Постоянным пациентам выдаём золотые скидочные карты.

К нам едут со всей России, из стран СНГ, из Азербайджана, Прибалтики, Финляндии, Англии, ОАЭ. Едут и из Америки, потому что у Оскара Рамиреса определённая операция стоит около 60 тыс. долларов, а здесь подобную можно сделать, скажем, за 10 тыс. долларов.

А ещё мы лечим детей, через «ОстМедКонсалт» проходит более трёх тысяч маленьких пациентов в год. И это тоже плюс для нашей косметологической клиники: если родные детей довольны, они рассказывают о нас родственникам, знакомым. А часто и сами мамочки потом приходят, уже со своими проблемами. У нас есть специальная программа «Всё для мам».

– То есть на вас работает репутация?

– Да. Когда мы только начинали работу, нашими услугами пользовалась Майя Плисецкая. Великая артистка написала нам на память: «ОстМедКонсалт» можно доверять, здесь работают профессионалы!» С тех пор этот автограф для нас играет роль талисмана: он очень верно определил нашу суть.

– Как бы вы сформулировали миссию своей компании?

– Если речь идёт о косметологии: «Мы помогаем не стареть!» А с учётом того, что мы лечим также и детей, можно расширить значение слогана и сказать так: «Наша задача – помогать людям!»

Беседовала Елена Александрова



OstMedConsult: professionals work here!

To define such people as Alexander Nekipelov, the great Russian scientist Lev Gumilyov coined the term “passionaries” (from the French *passionner* – “to captivate, stir up passion”). In his Theory of Ethnogenesis, this is the name given to people who have the ability to absorb more energy from the external environment than is required only for personal self-preservation, and to give it away in the form of purposeful work to modify the environment. They are enterprising and courageous people who change society actively and positively. Alexander Nekipelov is such person – an entrepreneur, owner and head of the multidisciplinary clinic OstMedConsult, winner of the Twenty Successful People of St. Petersburg award. Once Mr. Nekipelov came to the city of Petrov from a small Vologda village, where he was born into a large peasant family. In childhood and adolescence, Alex had to learn the difficult peasant labor, then he entered a military school, but in the third year he was discharged due to an injury received during training – a ruptured eardrum. Struggling with this misfortune, Alexander underwent several difficult operations and, perhaps, it was then that he gained respect for doctors and a special interest in medicine. Then Mr. Nekipelov graduated from the Polytechnic and became a career soldier, having given the army 20 years. During the period of so-called Perestroika, he went into business, going from a distributor of St. Petersburg confectionery factories to a pioneer in the field of the beauty industry in the Northern capital. Together with his wife, musician Olga Alexandrovna, they organized the private music school Vdokhnoveniye, which has been bringing up young talents for 27 years. He is a longtime member of the Vologda community in St. Petersburg, and since 2014 – the chairman of its council. And in this capacity, Mr. Nekipelov opens monuments to the Vologda warriors who fought on the outskirts of Leningrad during the Great Patriotic War, organizes sports competitions and festivals, publishes books, takes care of veterans... We can't list everything! But today we talked with Alexander about his main brainchild – the OstMedConsult clinic, or rather, about the cosmetological direction of its work.

– Mr. Nekipelov, *OstMedConsult* is a multidisciplinary clinic of the European level, whose highly qualified doctors work in the fields of cosmetology, vascular and plastic surgery, oncology, dermatology, pediatrics, maxillofacial surgery and so on. But today I would like to talk specifically about the cosmetology direction developed by your company. However, first, a few words about the history of the clinic, which has been operating for more than two decades. How did it all start? On what basis was it created 23 years ago? Has the direction of cosmetology become one of the priorities at once?

– The very name Clinic OstMedConsult came from Moscow: in 1998, my business partners were promoting cosmetological golden threads. Their brand was already well known, as they invested in advertising heavily. I was offered to join this business, to open a branch in St. Petersburg. And I was a little familiar with medicine, so I understood the basis of the technology being promoted.

As a result, I accepted the offer, but on the condition that I was not creating a branch, but a separate enterprise. And we bought out the name of the clinic. At first, we only had a room where consultations on cosmetology were carried out, and plastic surgeries were carried out on the basis of a hospital for many years. So, cosmetology and plastic surgery were primary for us, and everything else was added later.

I'm proud that we were among the first to start doing medical cosmetology and plastic surgery in St. Petersburg! And what is noteworthy: the pioneers in this area then didn't engage in competition, but tried to help each other, shared methods for the benefit of patients. Growing up on this basis, St. Petersburg plastic surgery is still distinguished by honesty and decency in relation to patients.

In 2010, we built and equipped the OstMedConsult clinic, we had operating rooms with the most advanced equipment at that time. In general, we have always developed and continue to keep pace with

the times, choosing for the clinic only the best of the new that appears in the world. But with one important caveat: only tested, safe, certified!

Since 2011, we began to develop the direction of treatment of children's vascular diseases. OstMedConsult is included in the list of medical organizations participating in the implementation of the compulsory medical insurance program in St. Petersburg. Over the years, about 13 thousand children have received the highest level of medical care thanks to the technologies of laser and close-focus X-ray therapy.

And since 2019, the clinic has two buildings: one for plastic surgery, medical cosmetology and vascular pathologies, and the other for children.

– No matter how advanced medical technology is, patients still go “to the doctor.” Tell us about your specialists.

– The backbone of the team was formed a long time ago, we have practically no staff

turnover. Some of our cosmetologists have been working with me since 1998. But with plastic surgeons, things are a little different. Today everyone dreams of earning a lot. But if a person comes to me to get a job and starts a conversation with money, he or she will not work here! It's important for me that the doctor loves the profession, people and creativity. Yes, a plastic surgeon is a kind of sculptor! If they have this, both money and fame will come. If a doctor looks at patients through the prism of their solvency, so that, having performed an operation and receiving payment, immediately forget about them, this is scary.

I hire young surgeons, and they study with their elders for five years, while receiving a salary. And only after 4-5 years they begin to operate on their own. Here I'm guided by a foreign school. This is the only way to grow good surgeons without putting patients at risk.

However, unfortunately, we, unlike foreign countries, don't have employers' protection: it happens that I teach a person for several years, and, having received a qualification, he or she can freely go to another place where they will be offered "the best money". But I think that over time we will come to the same legal protection of the employer that exists abroad.

And sometimes years pass and excellent surgeons come back to me again.

In general, the OstMedConsult clinic is a place where the best professionals are gathered, and they are creative. I'm engaged in creativity myself and try to support it in others!

For example, we have Professor Boris Paramonov – Doctor of Medical Sciences, plastic surgeon, chief freelance specialist of the Ministry of Health of the Russian Federation in the Northwestern Federal District for the treatment of thermal injuries and their consequences. Mr. Paramonov helps those who have suffered such injuries. We also have equipment to help remove post-burn scars. We are very attentive to this area. I know from my own experience how a traumatized person feels and know that they are not sure that someone will be able to help them...

– Instrumental cosmetology in some cases solves the problem of skin rejuvenation very successfully. You have at your disposal a wide variety of equipment, including innovative one. Tell us about it. What procedures does it allow to carry out, what effects can be achieved?

– When thinking about purchasing equipment, we first of all analyze if it is popular abroad. And we are not considering cheap options that can bring us a lot of money, but will not give patients a guaranteed result. We buy mainly American equipment: it is reliable, safe and efficient.

There, manufacturers will check everything a hundred times, so as not to harm the patient. These are mainly American Palomar devices. This equipment does not damage tissue, but acts on collagen, allowing skin to be improved without surgery.

As for small vessels, many people use devices that glue vessels together, and our devices allow them to be hardened. The glued vessel will germinate after some time, perhaps within a year, and after our procedure it will never be there again.

I would like to tell you about one of our "key features" – endoscopic surgery for facial rejuvenation, which we have been practicing since 1999, when one of the leading surgeons of our clinic traveled to Germany, where she was trained to use this technique.

Endoscopic surgery does not interfere with facial expressions. Plastic surgery is when an incision is made in the ear area, the skin is tightened, the muscles move, and some flattening of the face occurs. And in endoscopic surgery, special manipulator instruments are introduced through the endoscope, controlled by a surgeon who observes his work on a monitor. At the same time, capillaries, blood vessels are not damaged, no traces remain, the skin is not injured, but the result is excellent. Plus, there is no risk of complications. A microscopic video camera with a magnification of up to 400 times is here to help the doctor. Today we have some of the best endoscopy specialists in cosmetology.

Further – we are strong in rhinoplasty, one of the most difficult areas.

It's very important to work with the patient before and after the operation, this is half the success. But of course, both the hands of the doctor and the equipment are important, which makes it possible to perform such operations in a low-traumatic and high-quality manner. For such help, people turn to not only with aesthetic claims to their appearance, but also with a curvature of the nasal septum and, as a result, breathing problems.

Operations to correct the shape and size of the mammary glands are popular today; they are of interest to both the younger generation and women after childbirth. And here we also have great experience.

But of course, you cannot talk about all the cosmetological methods and services offered by our clinic within the framework of a small article, you can find out everything about them on our website: ostmed.ru.

– Who are your patients, where are they from, how do they find you and why do they choose you?

– Our patients are people of various social groups. Among them there are also low-income people who come to us after burns, with "wine stains" on their faces, etc. And if this is not a whim, but really a necessity, we

help for a conditional fee: for example, the procedure costs 50 thousand, and we do it for 10 thousand rubles.

If it comes to face plastic surgery, rejuvenation, people who can afford it go to them, and then the payment is according to the price list. But this is not "crazy" money either.

And the quality of our services is evidenced by the fact that patients return to OstMedConsult both five and ten years after the service: they are grateful for what they have done once, and they come with new problems. Moreover, when a patient sees familiar faces here many years later, it immediately inspires confidence. The other day I talked with a patient from the Far East. She said that she had done various operations in both Moscow and other St. Petersburg clinics, but she had never met such warm attitude. I was very pleased to hear this, because we sincerely try to keep both children and adults comfortable in the clinic.

For example, a patient came yesterday, we operated her 12 years ago, and I recognized her. She hugged me: "Alexander Andreevich, how nice that you remember your patients!" We devote a lot of time to patients both before and after the operation, and they appreciate it. Regular patients have gold discount cards.

People come to us from all over Russia, from the CIS countries, from Azerbaijan, the Baltic States, Finland, England, the United Arab Emirates. They also come from America, because Oscar Ramirez takes about 60 thousand dollars for a certain operation, and here a similar one can be done, say, for 10 thousand dollars.

We also treat children, and more than three thousand little patients a year pass through OstMedConsult. And this is also a plus for our cosmetology clinic: if their own children are happy, they tell their relatives and friends about us. And often the mothers themselves then come, already with their problems. We have a special program "Everything for moms".

– So, your reputation works for you?

– Yes. When we first started working, Maya Plisetskaya used our services. The great artist wrote to us in memory: "OstMedConsult can be trusted, professionals work here!" Since then, this autograph has played the role of a talisman for us: it has very correctly defined our essence.

– What is the mission of your company?

– When it comes to cosmetology: "We help you not to age!" Taking into account the fact that we also treat children, we can expand the meaning of the slogan and say: "Our mission is to help people!"

Interviewed by Elena Alexandrova



Наталья Филиппова:

«На смену вечеринкам в ночных клубах пришло стремление поддержать естественную красоту, а спа-салоны стали местом, где можно позаботиться о здоровье»

Секрет вечной жизни пока не открыт, но знаний, как максимально продлить красоту и молодость организма, сегодня прибавилось. На службе эстетической медицины – высокотехнологичные аппараты, уникальные составы кремов и научные разработки. О том, как сегодня развивается бьюти-отрасль, почему косметика стали называть «умной» и зачем ходить на спа не только по праздникам, нам рассказала Наталья Филиппова – ведущий эксперт отрасли спа и эстетической медицины, председатель инициативной группы предпринимателей спа-индустрии, уполномоченный представитель Комитета по медицине и организации здравоохранения РФ в ООО «Деловая Россия», а также управляющий партнёр ГК Medi SPA Technology и салонов I-Feel Medical Resort, собственник медикал-спа «Лаборатория результата».

– Уже более 20 лет ГК Medi SPA Technology является эксклюзивным представителем ведущих брендов аппаратной косметологии и косметики. А как развивалась компания, с чего всё начиналось?

– История компании непростая и очень интересная. Спа-бизнес в России начал развиваться в начале 2000-х, тогда обычные салоны красоты были в дефиците, а спа и вовсе считалось чем-то экзотическим, и найти такое место было непросто. Именно я, как представитель компании и её идейный вдохновитель, решила открыть первое уникальное пространство спа в Москве в коллаборации с сильнейшим французским брендом морской косметологии. До этого подобного не делал никто. Проект быстро стал местом притяжения для обеспеченной московской публики и принёс известность компании Medi SPA Technology. И теперь – уже более 20 лет – мы доказываем, что забота о здоровье и сохранении красоты – это успешный, рентабельный и высокотехнологичный бизнес.

– Как сейчас развивается отрасль? Какие уникальные технологии вы внедрили на рынке России?

– За 20 лет моей активной деятельности в индустрии очень многое изменилось. Вместо модных раньше вечеринок в ночных клубах селебрити и лидеры мнений

всё чаще выбирают заботу о здоровье, самопознание и поддержание естественной красоты.

Спа превратилось в место, куда ходят не только по праздникам. Теперь эти процедуры – неотъемлемая часть заботы о здоровье. Нужно отметить, что наиболее популярным сегодня является медикал-спа, то есть не просто массажи и бани, а технические направления, способные обеспечить видимые результаты уже после первой процедуры. К примеру, меня из последних новинок очень впечатлил уникальный детокс-модуль IYASHI DOME, который называют настоящей капсулой долголетия. Представьте, за 30 минут пребывания в этой капсуле можно потерять до 1,5 литров лишней жидкости, а вместе с ней и различные токсины, которые засоряют наш организм. Курс таких процедур поможет не только избавиться от лишних объёмов, но и приобрести силы и здоровый сон.

Также хочу отметить два технологических и известных бренда аппаратной косметологии: Icoone Laser и платформу i-Boost, которые так полюбили клиенты благодаря гарантированным и видимым результатам по коррекции фигуры и реабилитации. Аппараты активно применяются не только для борьбы с лишним весом и лечения опорно-двигательного аппарата, но и для восстановления после COVID-19. В сфере эстетической аппарат-

ной косметологии однозначным лидером является многофункциональная лазерная платформа израильского бренда Sharplight, которая одна может заменить все аппараты целой косметологической клиники. Слоган этой компании говорит сам за себя: «Зачем выбирать, пусть будет всё». И правда, за один сеанс можно, например, провести процедуру лазерного DPC-омоложения, уникальную и безболезненную криоэпиляцию DPC и укрепить сосуды. Таким образом, преобразование за один визит стало возможным.

Уникальны и высокорезультативны не только аппараты, но и сама косметика. Отдельно хочу отметить, что косметика сегодня «имеет интеллект»: она буквально научилась подстраиваться под клиента. Моё открытие – бренд AURA CHAKE (Франция): здесь богатейшие составы, в основе которых лежат научные разработки, позволяющие «остановить время» и сохранить молодость. Мы всегда предлагаем нашим клиентам только то, в чём на 100% уверены сами, ведь самое важное для нас – репутация компании, а реноме у нас безупречное.

Любителям морской косметологии рекомендую выбрать бренд FABBRIMARINE (Италия). Меня впечатлил научный подход его создателей. В его основе – биомиметика. Все составы берутся из самой природы, именно поэтому средства великолепно борются с основными проблемами,

такими как целлюлит, локальные жировые отложения, отёчность.

– ГК Medi SPA Technology также оказывает услуги консалтинга, проектирует и запускает спа-салоны под ключ. Чего вы достигли в данном направлении?

– Да, это одно из ключевых направлений группы компаний на сегодня. Без ложной скромности скажу, что мы – один из лидеров рынка в этой сфере. Мы не теоретики, а практики, поэтому знаем, как строить бизнес с нуля, проектировать и управлять. В нашем портфолио – крупнейшие центры спа и медикал-спа в России и странах СНГ. А комплексный подход к делу позволяет сделать бизнес наших заказчиков высокорентабельным.

– Какие задачи вы помогаете решить клиентам, работая в этом направлении? Что сегодня обязательно должно быть в спа-салоне, чтобы отвечать требованиям современного потребителя?

– Мы используем свои знания и опыт, применяя оптимальные методы и технологии, воплощая самые смелые идеи и замыслы. Мы знаем, как сделать бизнес востребованным, коммерчески успешным, а также инновационным проектом, который быстро окупается. Наши ключевые преимущества – это практический опыт и комплексный подход. Мы следуем новейшим технологиям и применяем самые современные методики, благодаря которым бизнес и становится коммерчески успешным. Выстраиваем партнёрские отношения с заказчиками, разрабатываем долгосрочную стратегию развития и эффективного использования инвестиционного капитала. Каждый проект компании концептуален и актуален ещё долгое время. Нужно также отметить, что стоимость оснащения объектов с нашим участием снижается благодаря тесному сотрудничеству с мировыми лидерами в области бьюти- и велнес-индустрии.

Если же заказчик хочет построить спа у себя дома, мы воплотим в жизнь и эту мечту. Кстати, даже домашнее спа может быть технологичным.

– Рынок медикал-спа и спа-индустрии очень насыщен. Что делать владельцу нового бизнеса, чтобы не допустить ошибок при его организации?

– Да, действительно, ошибки совершают часто, причём такие, которые приводят к ликвидации бизнеса за довольно короткий срок.

Наш опыт сегодня – это десятки коммерчески успешных, запущенных и спроектированных нами объектов, сотни партнёров в России и за рубежом, собственная сеть рентабельных и эффективных салонов. Тем, кто хочет открыть бизнес, продуманный до мелочей, а также избежать



рисков, мы предлагаем новое направление франшизы студий аппаратной косметологии «Лаборатория результата».

Это уникальный продукт на рынке аппаратной косметологии. Концептуальная особенность «Лаборатории результата» состоит в том, что абсолютно все процедуры сочетаются для решения индивидуальных проблем клиента. «Лаборатория результата» может быть самостоятельным бизнесом или легко интегрироваться в уже существующий проект: отель, клинику, санаторий, фитнес-клуб и т. д. Это, пожалуй, самый технологический и продуманный продукт, над которым работа-

ли лучшие эксперты в области спа-индустрии.

Недавно совместно с нашим французским партнёром-производителем аутентичной восточной косметики премиум-класса Charme d'Orient мы запустили на российском рынке проект ориентального спа. Его пространство буквально пропитано древними традициями восточных ритуалов красоты и расслабления. Чарующие ароматы, натуральные ингредиенты и, конечно, теплота пара хаммама влюбят в себя каждого гостя спа.

– Вы не только развиваете собственный бизнес в целом, но и являетесь членом организации «Деловая Россия». Что вам даёт это участие? Выдвигаете ли вы какие-то инициативы, способные помочь развиваться косметическому рынку?

– Я давно являюсь ведущим экспертом рынка, бизнес-тренером и спикером почти всех крупнейших отраслевых мероприятий. В период пандемии я особенно остро поняла, что моя ответственность – это не только обучение и обмен опытом с коллегами, но и представление глобальных интересов бизнеса в России. Например, благодаря моему непосредственному участию поднимаются важные вопросы, связанные с мерами реабилитации граждан, переболевших COVID-19. Мы создали целую инициативную группу предпринимателей, лидером которой я и являюсь, и на законодательном уровне выступаем за права и новые возможности для развития индустрии у нас в стране.





**Natalia
Filippova:**

“Parties in nightclubs were replaced by the desire to maintain natural beauty, and spa procedures became a place where you can take care of your health”

The secret of eternal life has not yet been discovered, but the knowledge of how to maximize the beauty and youth of the body has increased today. High-tech devices, unique formulations of creams and scientific developments are at the service of aesthetic medicine. Natalia Filippova, a leading expert in the spa industry and aesthetic medicine, chairman of the initiative group of entrepreneurs in the spa industry, an authorized representative of the Committee on Medicine and Healthcare organization of the Russian Federation in Business Russia LLC, as well as the managing partner of Medi SPA Technology Group of Companies and I-feel medical resort salons, owner of the Medical SPA Result Laboratory speaks about how the beauty industry is developing today, why cosmetics have come to be called “smart” and why it’s useful to go to the spa not only on holidays.

– For more than 20 years, Medi SPA Technology Group of Companies has been the exclusive representative of the leading brands of hardware cosmetology and cosmetics. How did the company develop, how did it all start?

– The history of the company is not easy and very interesting. The spa business in Russia began to develop in the early 2000s, when ordinary beauty salons were in short supply, and spas were considered something exotic at all and it was not easy to find such a place. As a representative of the company and its ideological inspirer, I decided to open the first unique spa space in Moscow in collaboration with the strongest French brand of marine cosmetology. Nobody has done anything like this before. The project quickly became a place of attraction for the wealthy Moscow public and brought fame to Medi SPA Technology. And now, for more than 20 years, we have been proving that

taking care of health and preserving beauty is a successful, profitable and high-tech business.

– How is the industry developing now? What unique technologies have you introduced on the Russian market?

– Over the 20 years of my active work in the industry, a lot has changed. Instead of the fashionable parties in nightclubs, celebrities and opinion leaders are increasingly opting for health care, self-understanding and the maintenance of natural beauty.

Spa has become a place where people go not only on holidays. Now these procedures are an integral part of health care. It should be noted that the medical spa is the most popular today, that is, not just massages and baths, but technological areas that can provide visible results after the first procedure. For example, I was very impressed by the unique detox module IYASHI DOME, which is

called a real longevity capsule. Imagine, in 30 minutes of being in this capsule, you can lose up to 1.5 liters of excess fluid, and various toxins that clog our body with it. The course of such procedures will help not only to get rid of excess volumes, but also to gain strength and healthy sleep.

I also want to note two technologically advanced and well-known brands of hardware cosmetology – icoone laser and the I-boost platform, which are so loved by clients thanks to guaranteed and visible results in body shaping and rehabilitation. The devices are actively used not only to combat obesity and treat the musculoskeletal system, but also to recover from COVID-19. In the field of aesthetic hardware cosmetology, the clear leader is the multifunctional laser platform of the Israeli brand Sharplight, which alone can replace all the devices of an entire cosmetology clinic. The slogan of this company speaks for itself: “why choose, let

it be everything” and really in one session you can, for example, carry out a laser DPC rejuvenation procedure, a unique and painless cryo DPC epilation and strengthen blood vessels. Thus, the transformation in one visit became possible.

Not only the devices, but also the cosmetics themselves are unique and highly efficient. I would also like to note that cosmetics today have intelligence: they literally “learned” to adapt to the client. My discovery is the AURA CHAKE brand (France): here there are the richest compositions based on scientific developments that allow you to stop time and preserve youth. We always offer our clients only what we are 100% sure of ourselves, because the most important thing for us is the company’s reputation, and our reputation is impeccable.

For lovers of marine cosmetology, I recommend choosing the FABBRIMARINE brand (Italy). I was impressed by the scientific approach of the creators of FABBRIMARINE. It is based on biomimetics – all the compositions are taken from nature itself, which is why the products are great at combating the main problems such as: cellulite, local fat deposits, puffiness.

– Medi SPA Technology Group also provides consulting services, designs and launches turnkey spa salons. What have you achieved in this direction?

– Yes, this is one of the key areas of the group of companies today. Without false modesty, I will say that we are one of the market leaders in this area. We are not theoreticians, but practitioners, so we know how to build a business from scratch, design and manage. Our portfolio includes the largest spa and Medical spa centers in Russia and the CIS countries. A comprehensive approach to business allows us to make our customers’ business highly profitable.

– What tasks do you solve working in this direction? What must be in a spa salon today in order to meet the requirements of a modern consumer?

– We use our knowledge and experience, applying the best methods and technologies, embodying the most daring ideas and intentions. We know how to make a business demanded, commercially successful, as well as an innovative project that quickly pays off. Our key advantage is practical experience and an integrated approach. We follow the latest technologies and apply the most modern techniques, thanks to which a business becomes commercially successful. We build partnerships with customers, develop a long-term development strategy and efficient use of investment capital. Each project of the company is conceptual and relevant for a long time. It should also be noted that the cost of equipping facilities with our participation is decreasing due to

close cooperation with world leaders in the beauty and wellness industry.

If the customer wants to build a spa at home, we will make this dream come true. By the way, even home spas can be technologically advanced.

– The spa and Medical spa industry market is very saturated. What should a new business owner do to avoid mistakes when organizing a business?

– Yes, indeed, mistakes are made often, and such that lead to the liquidation of a business in a fairly short time.

Our experience today is dozens of commercially successful, launched and designed objects, hundreds of partners in Russia and abroad, our own network of cost-effective and efficient salons. For those who want to open a business that is thought out to the smallest detail, and also to avoid risks, we offer a new direction of the hardware cosmetology studio franchise Laboratoriya Rezultata.

This is a unique product on the hardware cosmetology market. The conceptual feature of Laboratoriya Rezultata is that absolutely all procedures are combined to solve individual client problems. Laboratoriya Rezultata can be a self-sufficient business or can be easily integrated into an existing project: a hotel, clinic, sanatorium, fitness club, etc. This is perhaps the most sophisticated and high-tech product that the best experts in the spa industry have worked on.

Recently, together with our French partners, manufacturers of authentic oriental premium cosmetics Charme d’Orient, we have launched an oriental spa project on the Russian market. Its space is literally saturated with ancient traditions of oriental rituals of beauty and relaxation. The enchanting aromas, natural ingredients and, of course, the warmth of the steam hammam will make every spa guest fall in love with him.

– You are not only developing your own business, in general, but you are also a member of the organization Business Russia. What does this participation give you? Are you putting forward any initiatives that can help develop the cosmetics market?

– I have long been a leading market expert, business coach and speaker at almost all of the largest industry events. During the pandemic, I especially acutely realized that my responsibility is not only training and exchange of experience with colleagues, but also representing the global interests of business in Russia. For example, thanks to my direct participation, important issues are being raised related to rehabilitation measures for citizens who have recovered from COVID-19. We have created a whole initiative group of entrepreneurs, of which I’m the leader, and at the legislative level we advocate the rights and new opportunities for the development of the industry in our country.





**Нина
Литвинова:**

«Бренд – это не имя и не идея, это технология воплощения идеи»

Важность маникюра для современной женщины трудно переоценить. Да и среди мужчин уже давно не редки те, кто уделяет внимание своим рукам и ногтям. Наши руки очень нуждаются в уходе, ведь именно они ежедневно подвергаются воздействию множества факторов. Взгляд, брошенный на руки, может навсегда испортить или, наоборот, создать положительное впечатление о собеседнике. О том, что правильный уход за руками и ногтями – это целая философия, рассказала основатель и управляющий партнёр федеральной сети салонов «Пальчики» Нина Литвинова.

– Расскажите немного о ваших салонах, об истории их возникновения и о том, каких результатов удалось сегодня добиться.

– Первые пять салонов мы открыли в 2007 году, это сразу была сеть. Мы стали новатором в России сразу по нескольким направлениям. Во-первых, первыми открыли моносалоны, ориентированные на ногтевой сервис, до этого были только салоны традиционного общего типа. Во-вторых, мы также первыми в нашей стране предложили оказывать услуги маникюра и педикюра одновременно за один час.

На данный момент у нас 65 салонов по России. За время нашего существования мы несколько раз останавливали франчайзинговое направление, потому что для нас приоритетным было качество, а не количество салонов. Бренд определяет, прежде всего, качество услуги. Поэтому мы всегда следили за тем, какое количество салонов можем контролировать при условии сохранения качества.

Бренд – это не имя и не идея, это технология воплощения идеи, которая состоит из огромного количества деталей и нюансов, таких как стандарты, отношение к персоналу, система управления персоналом, система контроля качества и внутренней работы, стерилизация инструментов, одноразовые наборы, организация поставок.

– Маникюр сегодня – довольно востребованная услуга, и салонов в этой сфере работает много, но не всем удаётся выдержать конкуренцию. Какие преимущества именно ваших салонов вы могли бы назвать?

– В первую очередь это прозрачное ценообразование: мастер заполняет пречек перед началом выполнения услуги, что позволяет гостю точно знать не только то, сколько времени она займёт, но и сколько будет стоить. Один из самых важных моментов для нас – то, что мы не прячем конечную стоимость за набором отдельных цен на разные этапы процедуры, то есть, по сути, обозначая цену, действуем по принципу «всё включено». Также это на-

бор одноразовых инструментов, которые гости могут забрать с собой, постоянная переквалификация и обучение сотрудников. Мы заботимся о безопасности гостя, о том, чтобы он был доволен ценой и качеством услуги и их соотношением.

Именно мы ввели понятия «спа для рук» и «спа для ног», это отдельный блок уходовых процедур. В начале существования салона большая часть клиентов была заточена под основную услугу, но с каждым годом доля дополнительных услуг росла.

Кстати, мы первыми запустили электронный каталог покрытий для наших гостей. Мастер отмечает в планшете, каким лаком или гель-лаком покрывали гостю ногти. Это удобно для клиентов, потому что им не нужно запоминать тот цвет и бренд, которые были использованы при оказании услуги. А во время процедуры гость при помощи нашего планшета может выбрать товары, представленные на витрине, сделать заказ и получить его к окончанию процедуры.

Мы всегда работали с лучшими производителями. Сейчас выводим на рынок новую марку – европейский лак Nailor, который был разработан также и с нашим участием. Более года наши мастера участвовали в фокус-группах, тестировали продукт с точки зрения кисточек, фактуры, нанесения. И поэтому слоган производителя этого лака: «Сделано мастерами для мастеров».

Я считаю, что основное отличие наших салонов состоит в том, что у нас есть определённая миссия, культура, ценности и технологии. Одним из наиболее важных преимуществ является наше чёткое следование стандартам, чтобы во всех 65 салонах гости получали лучший сервис с оптимальным соотношением цены и качества, так как это позволяет не только привлечь новых клиентов, но и сделать их нашими постоянными гостями. Наша философия – культура регулярного ухода за ногтями. Именно поэтому мы сейчас сотрудничаем с маркой Nailor, поскольку это единственный лак, который не содержит большого количества вредных компонентов. Многие обраца-





ют внимание на то, что после него ногтевая пластина не истончается и не желтеет, что довольно часто встречается у других покрытий.

Достаточно большая часть наших гостей – это люди, которые ходят к нам больше 10 лет. У нас большая лояльная аудитория, которой мы гордимся, которую очень ценим, и мы стараемся соответствовать её выбору.

– Качество любых сервисных услуг в первую очередь зависит от их исполнителя. Какие требования вы выдвигаете при приёме персонала на работу?

– Отношения с сотрудниками с самого начала выстроены на основании наших ценностей. У нас предусмотрены механизмы обратной связи с ними. Естественно, чем больше сотрудников, тем больше работы в этом направлении. Также у нас есть большое количество мотивационных программ, системы обучения и аккредитации. Разработана и система поощрений. Перед Новым годом мы вручали серебряные и золотые часы сотрудникам, которые отработали 10 лет в нашей компании. Есть своя библиотека, занятия спортом, танцы, обучение английскому языку, медицинское страхование. Мы хотим, чтобы мастера гордились своей работой не просто в сети салонов «Пальчики», но и в бьюти-индустрии в целом. Наш сотрудник – это профессионал своего дела, который любит свою работу.

– На сегодняшний день вы являетесь не только управляющим партнёром сети салонов «Пальчики», но и вице-президентом Ассоциации предприятий и профессионалов индустрии красоты. Чем вы занимаетесь в рамках этой должности?

– Ассоциация возникла, можно сказать, вынужденно. У нас получилось буквально за несколько дней объединить большое количество предпринимателей, для того

чтобы написать коллективное обращение к мэру Москвы и правительству города в конце марта 2020 года. Благодаря этому письму нашу индустрию включили в список пострадавших отраслей. Первой с обращением к властям выступила Федерация рестораторов и отельеров. Мы тоже понимали, что нам нужно что-то делать, чтобы спасти наши бизнесы и индустрию в целом, а это возможно только в случае объединения.

Весь этот год мы принимали активное участие в защите прав предпринимателей бьюти-индустрии, создали огромную сеть. Сейчас в более чем 38 регионах России есть наши представительства. Мы регулярно проводим опросы, собираем мнения о ситуации в каждом регионе.

В первые месяцы акцент был сделан на информационной поддержке, так как было много противоречивой информации. Мы проводили онлайн-конференции с юристами, объясняли, поддерживали друг друга. В каждом городе был создан специальный чат, где в режиме реального времени велась постоянная работа, кураторы отвечали на вопросы.

Сейчас основная миссия ассоциации – сделать нашу отрасль инвестиционно привлекательной. Мы вошли в тесную коллаборацию с ассоциациями фитнеса, Федерацией рестораторов и отельеров. Нас объединяет то, что все мы – представители человекоёмких сфер экономики, где человеческий фактор основной. Мы выступаем единым фронтом по формированию условий для развития наших бизнесов.

Моё основное призвание – развивать индустрию красоты, открывать в ней новые ниши. Остальное – это общественная работа. Когда началась история с пандемией, у меня было два варианта поведения: спасать собственный бизнес или попытаться объединить индустрию. Я, как уже понятно, выбрала второй путь. Многие предприниматели решили на тот момент заняться саморазвитием, читать

книги, проводить время с семьёй. Я же с начала пандемии работала и работаю в 10 раз больше, чем раньше. Это общественная нагрузка, и она никак не оплачивается. Но данная работа приносит мне большое удовлетворение, мне приятно осознавать, что ассоциация действительно смогла многим помочь.

– Вы успешно построили работу не одной компании и обладаете уникальным профессиональным опытом. Это способствовало тому, что именно вы стали общественным уполномоченным по защите прав предпринимателей бьюти-индустрии в городе Москве. Какую поддержку на этом поприще вы оказываете бизнесу?

– Я работаю в команде уполномоченного по защите прав предпринимателей в городе Москве – Татьяны Вадимовны Минеевой. Вместе с ней, а также с уполномоченным при президенте России по защите прав предпринимателей Борисом Титовым мы активно участвуем в коммуникациях с правительственными структурами: с Минэкономразвития, корпорацией МСА, Минпромторгом, Роспотребнадзором – словом, со всеми основными подразделениями, которые так или иначе связаны с нашей отраслью. Мы находимся с ними в постоянной тесной связке.

Эта работа даёт возможность влиять на качественные изменения в индустрии. Я с огромной радостью тружусь в команде Татьяны Вадимовны Минеевой. Считаю, что ей очень много удалось добиться, в том числе создать вокруг себя экосистему предпринимателей, которые на общественных началах помогают, вносят предложения, ходят по кабинетам и объясняют целесообразность этих предложений. Выстроен механизм, который другим регионам также необходимо заимствовать. В целом этот пандемический период показал, насколько Москва эффективна с точки зрения коммуникации между бизнесом и властью по сравнению с другими регионами.

Беседовала Наталия Манахова





Nina Litvinova:

“Brand is not a name or an idea, it is a technology for the embodiment of this idea”

The importance of manicure for a modern woman can hardly be overestimated. And among men, those who pay attention to their hands and nails are no longer rare. Our hands are in great need of care, because they are exposed to many factors every day. A glance thrown at your hands can permanently ruin or, conversely, create a positive impression of the interlocutor. Nina Litvinova, Founder and Managing Partner of the federal chain of Palchiki Salons, told us about the fact that proper hand and nail care is a whole philosophy.

– Tell us a little about your salons, the history of their origin and what results have been achieved now.

– We opened the first 5 salons in 2007, it was immediately a network. We have become innovators in Russia in several ways at the same time. Firstly, we were the first to open mono-salons focused on nail service, before that there were only salons of a traditional, general type. Secondly, we were the first in our country to offer a manicure and pedicure service at the same time in one hour.

At the moment we have 65 salons in Russia. During our existence, we stopped the franchise direction several times, because for us the priority was quality, not the number of salons. The brand determines, first of all, the quality of the service. Therefore, we have always kept track of how many salons we can control while maintaining quality.

A brand is not a name or an idea, it's a technology for the embodiment of an idea, which consists of a huge number of details and nuances, such as standards, attitude towards personnel, personnel management system, quality control system and internal work, sterilization of instruments and disposable kits, organization of supplies...

– Manicure today is a rather demanded service, and there are many salons in this area, but not everyone manages to withstand the competition. What advantages could you name for your salons?

– First of all, this is a transparent pricing policy: the master fills in the guest bill before starting the service, which allows the guest to know exactly not only how long this service will take, but also how much it will cost. One of the most important points for us is that we don't hide the final cost behind a set of separate prices for different stages of the procedure, that is, in fact, when we designate the price, we act according to

the “all inclusive” principle. It's also a set of disposable tools that guests can take with them. This is a constant retraining and training of employees. We care about the safety of the guest, so that he or she is satisfied with the price and quality of the service and their ratio.

We were the first to introduce the concept of “hand spa” and “foot spa”, this is a separate block of treatment procedures. At the beginning of the salon's existence, most of the clients were focused on the basic service, but every year the share of additional services was growing.

By the way, we were the first to launch an electronic catalog of polish for our guests. The master notes in the tablet what polish or gel polish the guest's nails were covered with. This is convenient for clients because they don't need to remember the color and brand that was used in the provision of the service. And during the procedure, the guest, using our tablet, selects the goods that are presented in the window, places an order and receives it by the end of the procedure.

We have always worked with the best manufacturers. Now we are introducing a new brand to the market, this is the European nail polish Nailor, which was developed, among other things, with our participation. For more than a year, our masters have participated in focus groups, tested the product in terms of brushes, texture, application. And therefore, the slogan of the manufacturer of this polish is: “Made by craftsmen for craftsmen.”

I believe that the main distinguishing feature of our salons is that we have a specific mission, culture, values and technologies. One of the most important advantages is our strict adherence to standards, so that in all 65 salons, guests receive the best service with an optimal price-quality ratio, since this allows not only attracting new customers, but

also making them our regular guests. Our philosophy is a culture of regular nail care. That is why we are now working with the Nailor brand, because it's the only polish that does not contain many harmful components. Many people pay attention to the fact that after it the nail plate doesn't become thinner and yellow, which is quite common with other coatings.

A fairly large part of our guests are people who have been visiting us for more than 10 years. We have a large loyal audience, which we are proud of, which we value very much and try to match their choice.

– The quality of any service primarily depends on their provider. What requirements do you put forward when hiring personnel?

– From the outset, employee relationships are built around our values. We have provided mechanisms for feedback from employees, of course, the more employees, the more work in this direction we have. We also have a large number of motivational programs, a training system, an accreditation system. We have developed a reward system. Before the new year, we presented silver and gold watches to employees who had worked for 10 years in our company. We have our own library, sports, dancing, English lessons, health insurance. We want the masters to be proud of their work not just in the chain of salons, but in the beauty industry as a whole. Our employee is a professional in their field who loves their job.

– Today you are not only the Managing Partner of the Palchiki Salons network, but also the Vice President of the Association of Enterprises and Professionals of the Beauty Industry. What are you doing in this position?

– The association arose, one might say, as the result of the need. We managed to unite a large number of entrepreneurs in just a few days in order to write a collective appeal to the Mayor of Moscow and the City Government at the end of March

2020. Thanks to this letter, our industry was included in the list of affected industries. The first to appeal to the authorities was the Federation of Restaurateurs and Hoteliers. We also understood that we needed to do something to save our businesses and the industry as a whole, and this is possible only if we unite.

Throughout this year, we have been actively involved in protecting the rights of entrepreneurs in the beauty industry, and have created a huge network. Now in more than 38 regions of Russia we have our representative offices. We regularly conduct polls, collect opinions on the situation in each region.

In the first months, the emphasis was on information support, since there was a lot of conflicting information. We held online conferences with lawyers, explained and supported each other. In each city, a special chat was created, where constant work was carried out in real mode, curators answered questions.

Now the main mission of the Association is to make our industry attractive for investments. We have entered into close collaboration with the Fitness Associations, the Federation of Restaurateurs and Hoteliers. We are united by the fact that we are all representatives of human-intensive spheres of the economy, where the human factor is the main one, and we act as a united front to create conditions for the development of our businesses.

My main vocation is to develop the beauty industry, to open new niches in it. The rest is community service. When the story of the pandemic began, I had 2 options for behaving: saving my own business or trying to unite the industry. As it is already clear, I chose the second path. Many entrepreneurs decided to engage in self-development, read books, spend time with their family at that time. Since the beginning of the pandemic, I have worked and am working 10 times more than before. This is a social burden, and it is not paid in any way. But this work brings me great satisfaction, I'm



pleased to know that the Association was really able to help many people.

– You have successfully built the work of several companies and have unique professional experience. This contributed to the fact that it was you who became the public Commissioner for the protection of the rights of entrepreneurs in the beauty industry in the city of Moscow. What support do you provide to business in this field?

– I work in the team of Tatyana Mineeva, the Commissioner for the Protection of Entrepreneurs' Rights in Moscow. Together with her, as well as with the Presidential Commissioner for the Protection of the Rights of Entrepreneurs Boris Titov, we actively participate in communications with government agencies: with the Ministry of Economic Development, the MSA Corporation, the Ministry of Industry and Trade, Rospotrebnadzor, in a word, with all the main bodies that are somehow connected with our industry. We are in constant close connection with them.

This work makes it possible to influence qualitative changes in the industry. I work in the team of Tatiana Mineeva with great joy. I believe that she has managed to achieve a lot, including creating an ecosystem of entrepreneurs around herself who, on a voluntary basis, help, make proposals, walk around the offices and explain the feasibility of these proposals. A mechanism has been built that other regions also need to borrow. In general, this pandemic period showed how effective Moscow is in terms of communication between business and government compared to other regions.

Interviewed by Natalia Manakhova



Поиском эликсира вечной молодости люди занимались издревле. Считалось, что существует особый напиток, отведав который человек перестанет стариться и болеть и уподобится вечно молодым богам. А в иных мифологиях этими свойствами обладала некая пища. Амброзия, нектар и яблоки Гесперид древних греков, сома зороастрийцев, янтарный ламмер-вайн германцев, амарата индийцев, растение с загадочной горы Фанчжан китайцев, библейские плоды Древа жизни. . .

Кто только ни пытался отыскать средство вечной молодости: римский император Август, папа Бонифаций VIII (тоже римский), китайский император Цинь Шихуанди и многие другие властители. И все они, конечно, состарились и умерли (некоторые даже — от «эликсира», составленного услужливыми придворными эскулапами).

Однако нам, жителям продвинутого XXI века, повезло больше: современные врачи опираются в своих рекомендациях не на древние мистические трактаты, а на последние данные точных наук: генетики, биохимии, молекулярной биологии и т. д. Они активно развивают превентивную и адаптационную медицину, которая вечной жизни всё ещё не обещает, зато гарантирует жизнь долгую, здоровую и активную. О подробностях мы расспросили руководителя и основателя сети «Гранд Клиник» Ольгу Шуппо.

«Гранд Клиник»:

НАДЁЖНЫЙ ПУТЬ К ЗДОРОВОМУ ДОЛГОЛЕТИЮ

– Ольга Андреевна, как давно существует «Гранд Клиник» на рынке медицинских услуг? Под этим брендом работает целая сеть клиник?

– «Гранд Клиник» – это действительно сеть клиник, предоставляющих услуги по иммунореабилитации, а также превентивной и адаптационной медицине. Бренд существует уже 12 лет. Четыре наши клиники работают в Москве, по одной – в Германии и Дубае. Недавно по франшизе открылась «Гранд Клиник» в Екатеринбурге с нашим замечательным партнёром, считающим продвижение подобной медицины своей миссией. Планируем расширяться по франшизе и дальше.



– Превентивный подход в медицине – что это, объясните популярно.

– Превентивная медицина реализует интеграционный подход к здоровью, используя методики ранней диагностики и выявления заболеваний в стадии их зарождения или даже ещё ранее. Для этого мы изучаем генетику, микробиологию, биохимические связи и физиологию организма клиента и на основании полученной уникальной картины определяем некие потенциальные опасности. То есть формируем представление, какие заболевания могут у него развиваться, и делаем всё для того, чтобы этого не случилось. Плюс используем ранние маркеры проявления болезни. Итогом такого подхода являются

правильно разработанная тактика оздоровления и здоровое долголетие.

– В чём заключаются основные преимущества сети «Гранд Клиник» и чем вы отличаетесь от конкурентов?

– Мы единственные на российском рынке, кто широко представляет направление адаптационной медицины. Она использует методики системной физиотерапии, которая комплексно воздействует на организм человека. И позволяет немедикаментозно, без применения фармакологических препаратов, произвести апгрейд, эту самую перезагрузку организма, направить его биохимические процессы на «правильные рельсы». В итоге человек более адаптивен,

устойчив к изменяющимся условиям среды. А это путь в долголетие!

Если же посмотреть ещё шире и выше, превентивная адаптационная медицина – путь к оздоровлению нации. Мы формируем здоровых людей, которые будут в числе прочего и здоровыми родителями, у которых, в свою очередь, родятся здоровые дети. Наша миссия – не только оздоровление людей сегодня, но и здоровье будущих поколений.

– Какие комплексные программы вы предлагаете клиентам?

– Наши комплексные программы можно разделить на блоки: диагностический и лечебный.

Если говорить о диагностике, она, как я уже сказала, превентивная. А если речь о лечебном блоке, то он в обязательном порядке включает в себя адаптационные технологии. Врач назначает персональную программу с учётом генетических особенностей, нутрицевтических дефицитов. Идёт налаживание гормонального фона. Применяются методы системной физиотерапии, в том числе такие, как гипербарическая оксигенация, терапия инертными газами (ксеноном или гелием), озонотерапия в барокамере. Это экстремальные технологии, терапия воздействия низких температур на человеческий организм. Она позволяет «включить» ресурсы организма, и он сам нацеливается на исцеление и укрепление.

– Для высококласной помощи сегодня необходимо высокотехнологичное оборудование. Каким обладает «Гранд Клиник»?

– На протяжении всех лет существования сети «Гранд Клиник» мы изыскивали и продолжаем искать новые технологии, предлагаемые на рынке. Но не обходим вниманием и старые, иногда незаслуженно забытые. И все их объединяем в лечебные программы. Много берём из космической медицины, ведь это как раз медицина адаптаций. Человек в современном мире живёт в экстремальных условиях, сравнимых с открытым космосом по количеству и силе стрессов. И его необходимо адаптировать к стремительно изменяющимся условиям. Чтобы выживать, современный человек должен быть очень адаптированным.

А оборудование, которым мы обладаем, я перечислять не буду, но поверьте: у нас собрано лучшее, что есть сегодня в мире по данной тематике.

– Допустим, человек пришёл к вам впервые с целью укрепить здоровье. Кто и как определяет, какие именно процедуры ему необходимы?

– Приём нового пациента начинается с консультации врача интегративной превентивной медицины. Врач осматривает его,

оценивает состояние, выявляет уже имеющиеся патологии и делает предположение о потенциальных. С учётом имеющихся жалоб он назначает персональную программу диагностики. И на основании данных диагностики и сложившейся в целом картины назначается персональная программа реабилитации.

– Кто ваши клиенты?

– Наши пациенты в массе своей – высокоинтеллектуальные люди, бизнесмены и члены их семей. Они, как правило, ведут здоровый образ жизни, дружат со спортом и вообще уделяют большое внимание качеству своей жизни. Хотят жить долго, но при этом не тратить ресурсы на восстановление пошатнувшегося здоровья. Наши клиенты прекрасно понимают, что профилактика всегда выгоднее и эффективнее, чем лечение.

Мы можем спрогнозировать болезни на ранних этапах и излечить, более того, не допустить их возникновения, предупредить проблемы со здоровьем. Наши адаптационные технологии выводят человека на такой «высокий этаж» здоровья, что он может не беспокоиться о нём.

– Существуют ли для ваших постоянных клиентов какие-то акции, скидки?

– Мы разработали удобную систему лояльности, включающую сезонные скидки, акции, семейные предложения.

– Что вы можете пожелать своим клиентам?

– Тем, кто ещё только готовится стать клиентом нашей клиники, могу посоветовать: «Начните с себя, с домашних оздоровительных методик, со здорового образа жизни!»

Первое правило – полноценный сон, ведь от его качества во многом зависят наше долголетие и иммунитет. Не злоупотребляйте углеводами: это путь к онкологии, что уже доказано наукой. Плюс необходима физическая активность, хотя бы минимальная – прогулки на свежем воздухе. Этого достаточно, чтобы сделать первый шаг на пути к своему долголетию. А дальше приходите к нам и занимайтесь адаптационными технологиями, оздоравливайтесь, прошу прощения за каламбур, на здоровье!

– Ольга Андреевна, вы в прекрасной форме! В чём ваш секрет?

– Сколько себя помню, практически с детства я была нацелена на здоровый образ жизни. Видимо, мне это генетически передалось от бабушки. Моей бабушке сейчас 91 год, и она до сих пор занимается скандинавской ходьбой, делает «берёзку», посвящает гимнастике минимум полчаса каждое утро. Элементы спорта в моей жизни присутствовали всегда, как и правильное питание. Я никогда не злоупотребляла углеводами, а уже в сознательном возрасте

сделала генетический тест и поняла, что имею склонность к набору веса. Скажу как врач: генетика в нашем внешнем виде и самочувствии играет какую-то роль, но не самую главную. Главная же роль отведена образу жизни, от него зависит, как ты реализуешь свои генетические предпосылки. В моём случае есть риск набора лишнего веса: генетический тест показал, что мне можно есть углеводы не чаще одного раза в семь часов, иначе будет откладываться жир. А кто предупреждён, тот вооружён, и ему остаётся предпринять вполне реальные меры, чтобы избежать возможных неприятностей.

– А где подобный генетический тест можно пройти?

– Наши клиники пользуются услугами различных генетических лабораторий. Чтобы пройти такой тест, достаточно взять соскоб со слизистой щеки. После этого производится анализ, на его основе даются рекомендации по персональной физической нагрузке, интервалу между приёмами пищи, метаболизму жиров, углеводов и т. д. И представьте: когда сделала анализ, оказалось, что я интуитивно подбирала в жизни правильный режим!

– Значит, по этому тесту можно определить правильный интервал между приёмами пищи и рассчитать нужные физические нагрузки, правильно? И вовсе не обязательно изнурять себя в спортзале?

– Ну, в моём случае, например, спорт никак не способствует утилизации жиров. Мой тест показал, что важны интервальные нагрузки. Собственно, этим я и занимаюсь – скандинавской ходьбой, это аэробный вид тренировки. Вообще, скандинавской ходьбой я рекомендую заниматься всем, она позволяет усилить липолиз – расщепление жировой ткани на составляющие под действием фермента липазы.

– Сейчас весна, скоро лето, погода создаёт повышенное настроение и приглашает заняться собой. Что вы посоветуете для поддержания здоровья?

– Можно пойти кратким путём, наладив правильный сон, питание, занявшись скандинавской ходьбой или хотя бы просто прогулками на солнце и на свежем воздухе. Но они должны быть длительными, от 40 минут. Это уже мощный способ оздоровления и омоложения.

А если по максимуму, то стоит прийти к врачу интегративной превентивной медицины, который на основании лабораторной диагностики назначит вам персональную программу оздоровления по адаптационным технологиям в наших клиниках.

Живите долго, будьте здоровы и счастливы!

Подготовила Елена Александрова



People have been searching for the elixir of life since ancient times. It was believed that there is a special drink, having tasted which, a person will cease to grow old and sick and become like the eternally young gods. And in other mythologies, some food possessed these properties.

Ambrosia, nectar and the apples of the Hesperides of the ancient Greeks, the Zoroastrian Catfish, the amber lammer-vine of the Germans, the amarat of the Indians, a plant from the mysterious Phanjan mountain of the Chinese, the biblical fruits of the Tree of Life... Whoever tried to find a means of eternal youth: Roman Emperor Augustus VIII, Pope Boniface (also Roman), the Chinese emperor Qin Shi Huang and many other rulers. And all of them, of course, grew old and died (some even from the “elixir” compiled by helpful courtiers).

However, we, the people of the advanced XXI century, are more fortunate: modern doctors rely in their recommendations not on ancient mystical treatises, but on the latest data from the exact sciences: genetics, biochemistry, molecular biology, etc. And they are actively developing preventive and adaptive medicine, which still does not promise eternal life, but guarantees a long, healthy and active life. We asked Olga Shuppo, the head and founder of the Grand Clinic network, about the details.

Grand Clinic:

A RELIABLE PATH TO HEALTHY LONGEVITY

– Mrs. Shuppo, how long has Grand Clinic been on the medical services market? Does a whole network of clinics operate under this brand?

– Grand Clinic is, indeed, a network of clinics providing services in immunorehabilitation, as well as in preventive and adaptive medicine. The brand has existed for 12 years. Our four clinics operate in Moscow, one in Germany and one in Dubai. Recently, the Grand Clinic branch was opened under a franchise in

Yekaterinburg with our wonderful partner, who considers the promotion of such medicine as his mission. We plan to expand the franchise further.

– A preventive approach in medicine – what is it, can you explain?

– Preventive medicine implements an integrative approach to health, using methods of early diagnosis and detection of diseases at the stage of their inception, or even earlier. To do this, we study genetics,

microbiology, biochemical relationships and physiology of the client's body, and based on the obtained unique picture, we identify some potential dangers. That is, we form an idea of what diseases can develop in them, and we do everything to prevent this from happening. Plus, we use early markers of the manifestation of the disease. The result of this approach is a well-developed tactic of recovery and healthy longevity.

– What are the main advantages of the Grand Clinic network, and how do you differ from your competitors?

– We are the only ones on the Russian market who widely represent the direction of adaptive medicine. It uses the methods of systemic physiotherapy, which has a complex effect on the human body. And it allows making an upgrade, a kind of reboot of the body, to direct its biochemical processes on the right track without medication and the use of pharmacological preparations. As a result, a person is more adaptive, resistant to changing environmental conditions. And this is the way to longevity!

If you look even wider and deeper, preventive and adaptive medicine is the path to the health of the nation. We form healthy people who will be, among other things, healthy parents, who will have healthy children. Our mission is not only to improve the health of people today, but also the health of future generations.

– What comprehensive programs do you offer clients?

– Our comprehensive programs can be divided into blocks: diagnostic and therapeutic. If we talk about diagnostics, it's, as I said, preventive.

If we are talking about a treatment block, it necessarily includes adaptation technologies. The doctor prescribes a personal program taking into account genetic characteristics, nutraceutical deficiencies. The hormonal background is being established. Methods of systemic physiotherapy are used, including such as hyperbaric oxygenation, therapy with inert gases (xenon or helium), ozone therapy in a pressure chamber. These are extreme technologies, therapy for the effects of low temperatures on the human body. It allows you to turn on the body's resources, and it itself aims at healing and strengthening.

– High-tech equipment is needed for high-quality care today. What equipment does Grand Clinic have?

– Throughout the years of existence of the Grand Clinic network, we have sought and continue to search for new technologies offered on the market. But we don't ignore the old ones, sometimes undeservedly forgotten. And we combine all of them with treatment programs. We take a lot from "space" medicine, because this is exactly the medicine of adaptation. A person in the modern world lives in extreme conditions comparable to outer space in terms of the amount and strength of stress. And it needs to be adapted to rapidly changing conditions. To survive, a modern human must be very adaptable.

And I will not list the equipment that we possess, but believe me: we have collected the best devices in the world in this industry.

– Let's say a person comes to you for the first time in order to improve their health. Who and how determines what procedures he or she needs?

– Admission of a new patient begins with a consultation with an integrative preventive medicine doctor. The doctor examines them, assesses their condition, identifies existing pathologies and makes an assumption about potential ones. Taking into account the existing complaints, the doctor appoints a personal diagnostic program. And based on the diagnostic data and the overall picture, a personal rehabilitation program is assigned.

– Who are your clients?

– Most of our patients are highly intelligent people, businessmen and their families. They tend to lead a healthy lifestyle, they like sports and generally pay great attention to the quality of their life. And they want to live for a long time, but at the same time don't waste resources on restoring shaky health. And our clients are well aware that prevention is always more profitable and more effective than treatment.

We can predict diseases in the early stages and cure, moreover, prevent their occurrence, prevent health problems. Our adaptive technologies bring a person to such a high level of health that they don't need to worry about it.

– Are there any promotions or discounts for your regular clients?

– We have developed a convenient loyalty system that includes seasonal discounts, promotions, family offers.

– What can you wish your clients?

– For those who are still preparing to become a client of our clinic, I can advise: "Start with yourself, with home health methods, with a healthy lifestyle!"

The first rule is good sleep, because our longevity and immunity largely depend on its quality. Don't overuse carbohydrates: this is the path to cancer, which has already been proven by science. Plus, you need physical activity, at least minimal – walking in the fresh air. This is enough to take the first step towards your longevity. And then come to us and engage in adaptation technologies, and improve your health, I beg your pardon for the pun, to your health!

– Mrs. Shuppo, you are in great shape! What's your secret?

– As far back as I can remember, practically from childhood I have been focused on a healthy lifestyle. Apparently, it was genetically transmitted to me from my grandmother. My grandmother is now 91 years old, and she still practices Nordic walking, devotes at least half an hour to gymnastics every morning. Elements of

sports have always been present in my life, as well as proper nutrition. I have never abused carbohydrates, and already at a conscious age I did a genetic test and realized that I have a tendency to gain weight. Genetics plays a role in our appearance and well-being, but not the most important one. And the main thing is lifestyle, it depends on how you implement your genetic prerequisites. In my case, there is a risk of gaining excess weight: my genetic test showed that I can eat carbohydrates no more than once every 7 hours, otherwise fat will be stored. "Whoever is forewarned is armed," and it remains to take quite real measures to avoid possible troubles.

– Where can a similar genetic test be taken?

– Our clinics use the services of various genetic laboratories. To pass such a test, it is enough to take a scraping from the buccal mucosa. After that, an analysis is carried out, and on its basis recommendations are given on personal physical activity, the interval between meals, the metabolism of fats, carbohydrates, etc. And imagine: when I did the analysis, it turned out that I intuitively chose the right mode in my life!

– So, according to this test, you can determine the correct interval of food intake and calculate the necessary physical activity, right? Does it mean that you don't have to exhaust yourself in the gym?

– Well, in my case, for example, sports don't contribute to the utilization of fats in any way. My test has shown that interval loads are important. Actually, this is what I do – Nordic walking, this is an aerobic form of training. In general, I recommend Nordic walking to everyone, it allows you to enhance lipolysis – the breakdown of adipose tissue into components under the action of the lipase enzyme.

– There is spring now, summer comes soon, the weather creates a heightened mood and invites you to take care of yourself. What is your advice for maintaining health?

– You can go the minimum way, by establishing proper sleep, nutrition, Nordic walking, or at least just walking in the sun and in the fresh air. But they should be long, from 40 minutes. This is already a powerful way of healing and rejuvenation.

And if to the maximum, you should come to the doctor of integrative preventive medicine, who, on the basis of laboratory diagnostics, will prescribe you a personal rehabilitation program using adaptation technologies in our clinics.

Live long, be healthy and happy!

Prepared
by Elena Alexandrova



Владлен Нани, SVAO Dental:

«МЫ РАБОТАЕМ, ЧТОБЫ НАШИ ПАЦИЕНТЫ УЛЫБАЛИСЬ!»

«Учиться и, когда придёт время, прикладывать усвоенное к делу – разве это не прекрасно!» – говорил Конфуций. В круглосуточной стоматологии SVAO Dental, расположенной в Северо-Восточном административном округе (СВАО) Москвы, в Бабушкинском районе, эти слова древнего мудреца считают своим девизом. Здесь любят и умеют и учиться, и работать, применяя полученные знания. А в выигрыше остаются пациенты! Мы побеседовали с главным врачом клиники SVAO Dental Владленом Нани.

– Владлен Валерьевич, что представляет собой ваша клиника сейчас: расположение, транспортная доступность? На каком оборудовании работаете?

– Наша клиника – современный стоматологический центр, предоставляющий широкий спектр услуг. Нам крайне важно высочайшее качество сервиса, поэтому для нас не существует незначительных деталей.

Клиника находится рядом с метро, и нашими пациентами являются жители не только СВАО, но также других округов Москвы и даже области. Центр оснащён оборудованием, соответствующим европейским стандартам. Это позволяет проводить как стандартные процедуры, так и операции повышенной сложности.

Конечно, соответствовать высоким стандартам можно только в команде профессионалов. Наш персонал постоянно совершенствует свои навыки и осваивает новые: это залог успеха и главная инвестиция в будущее. Все наши доктора регулярно проходят обучение, а некоторые даже преподают на кафедрах медуниверситетов.

– Какие стоматологические услуги вы оказываете?

– Терапия в полном объёме, ортодонтия, имплантация, протезирование, микропротезирование – мы не просто предоставляем стандартный набор услуг, но и берёмся за тяжёлые случаи, требующие глубоких знаний и комплексного подхода. Это, можно сказать, наше кредо. Любую сложную операцию мы рассматриваем и как квалифицированную помощь пациенту, и как повод для оттачивания профессиональных навыков. Это ответственно, но интересно!

– Какие ноу-хау в стоматологии вы используете? Что хотелось бы и что планируете внедрить?

– Стоматология – очень технологическая сфера, как и вся медицина. Мы постоянно держим руку на пульсе современности, чтобы быть в тренде.

Мы используем уникальный подход, позволяющий не только лечить заболевания, но и прогнозировать возможные проблемы в будущем, работать превентивно, на опережение. И мы всегда можем предложить альтернативные варианты лечения, доступные и комфортные для конкретного пациента. Образование, индивидуальный подход и техническая оснащённость центра делают это реальностью.

В клинике есть центрифуга – «волшебный» аппарат, ускоряющий процесс регенерации тканей. С его помощью процесс реабилитации после удаления или имплантации проходит легче.

Наша особая гордость – специальная оптика, позволяющая детальнее и качественнее проводить операции. Бинокляры могут себе позволить очень немногие доктора и клиники даже в столице.

Мы отслеживаем новые технологии лечения, материалы и внедряем их по мере необ-

ходимости. Курсы, тренинги, конференции, профильная литература, интернет-издания – всё это является для нас источником информации о них.

– Традиционно стоматологи – врачи, посещения которых люди боятся. Даже термин специальный есть – «стоматофобия». Чувствуете ли вы страх пациентов на приёме? Как помогаете преодолеть его?

– Да, страх чувствуется, но мы успешно работаем над этой проблемой. Во-первых, используем несколько видов анестезии высочайшего качества, что позволяет грамотно обезболить все манипуляции даже в сложных случаях. Во-вторых, в работе стоматолога есть элемент психологии. Все мы родом из детства, и иногда нужно просто сказать правильные слова, чтобы пациент перестал бояться.

– Красивая улыбка – важная составляющая красоты, и вы помогаете приобрести её, предлагая услуги косметической пародонтологии, ортодонтии, эстетической стоматологии, протезирования. Какие ещё виды стоматологической помощи помогают обрести голливудскую улыбку?

– Эстетическая стоматология – тоже объект нашей гордости и пристального внимания. Красивая улыбка – это уверенность, успешные коммуникации и качество жизни. Но мы никогда не жертвуем здоровьем зубов ради эстетики и всегда предлагаем программу лечения, которая учитывает оба этих фактора.

Кроме уже озвученных услуг, сейчас крайне популярно отбеливание. Здесь существует несколько технологий, и мы рады, что можем предложить их все.

– Кто ваши клиенты? Как вы находите их, а они – вас? Важную ли роль в этом играет сарафанное радио?

– Мы гордимся, что нашими клиентами часто становятся целые семьи! Наши клиенты – это и постоянные пациенты наших докторов, и люди, которым нас рекомендуют родные и друзья. Часто мы принимаем пациентов по причине острой боли и в ночное время, что также расширяет их круг.

Приходя к нам, люди получают индивидуальный подход, высокий профессионализм и стандарты качества, доброжелательность врачей и всего персонала – это ли не повод остаться?

– Каковы ваши планы на 2021 год и на более отдалённую перспективу?

– Конечно, мы думаем о масштабировании: об увеличении существующих площадей нашей клиники и открытии новых под нашим брендом. Но это глобальные цели. А сегодня мы ставим перед собой задачи сохранить и усовершенствовать то, что уже имеем. Широкий спектр и высокое качество услуг, комплексность, индивидуальный подход, доброжелательность, обучение и постоянное стремление к развитию – каждый день мы работаем, чтобы наши пациенты улыбались!

Vladlen Nani, SVAO Dental:

“WE WORK TO
MAKE OUR
PATIENTS
SMILE!”



“Isn’t it a pleasure to study and practice what you have learned?!” – Confucius said. In the round-the-clock dentistry SVAO Dental, located in the Babushkinsky District of the North-Eastern Administrative District (SVAO) of Moscow, these words of the ancient sage are considered as their motto. Here they love and know how to both study and work, applying the knowledge gained. And the patients are the beneficiaries! We talked with the chief physician of the SVAO Dental clinic, Vladlen Nani.

– Mr. Nani, what is your clinic now: where is it located, what about its transport accessibility? What equipment do you work on?

– Our clinic is a modern dental center providing a wide range of services. The highest quality of service is extremely important to us, so there are no insignificant details for us.

The clinic is located next to the metro station, and our patients are not only residents of the North-Eastern Administrative District, but also other districts of Moscow, and even the region. The center has equipment that meets European standards. This allows us to perform both standard procedures and operations of increased complexity.

Of course, you can meet high standards only in a team of professionals. Our staff is constantly improving their skills and mastering new ones: this is the key to success and the main investment in the future. All our doctors are regularly trained, and some even teach at the departments of medical universities.

– What kind of dental services do you provide?

– Full-scale therapy, orthodontics, implantation, prosthetics, microprosthetics – we provide not only a standard set of services, but also take on difficult cases that require deep knowledge and an integrated approach. This, one might say, is our credo. We regard each complex operation as both qualified assistance to the patient and as a reason to hone professional skills. This is responsible, but interesting!

– What know-how in dentistry do you use? What would you like and what do you plan to implement?

– Dentistry is a very technological area, as well as medicine as a whole. We constantly keep our finger on the pulse of modern developments in order to keep up with the trends.

The head physician of SVAO Dental uses a unique approach that allows us not only to treat diseases, but also to predict possible problems in the future, to work proactively. And we can always offer alternative treatment options that are affordable and comfortable for a particular patient. Education, individual approach and technical equipment of the center make this a reality.

The clinic has a centrifuge – a “magic” apparatus that accelerates the process of tissue regeneration. With its help the process of rehabilitation after removal or implantation is easier.

We are especially proud of our special optics, which allow us to carry out operations in more detail and with better quality. Very few doctors and clinics can afford binoculars, even in the capital.

We monitor new treatment technologies, materials, and implement them as needed. Courses, trainings, conferences, specialized literature, Internet publications – everything is a source of information for us about them.

– Traditionally, people are afraid of dentists. There is even a special term – “stomatophobia”. Do you feel the fear of patients at the reception? How do you help to overcome it?

– Yes, this fear is felt, but we are successfully working on this problem. Firstly, we use several types of anesthesia of the highest quality, which allows us to competently anesthetize all manipulations, even in difficult cases. Secondly, there is an element of psychology in the work of a dentist. We all come from childhood, and sometimes you just need to say the right words so that the patient stops being afraid.

– A beautiful smile is an important component of beauty, and you help to find it by offering the services of cosmetic

periodontology, orthodontics, aesthetic dentistry, and prosthetics. What other types of dental care help you get a Hollywood smile?

– Aesthetic dentistry is also an object of our pride and close attention. A beautiful smile means confidence, successful communications and quality of life. But we never sacrifice dental health for aesthetics, and we always offer a treatment program that takes both of these factors into account.

In addition to the already announced services, whitening is now extremely popular. There are several technologies here, and we are pleased to be able to offer all of them.

– Who are your clients? How do you find them, and they find you? Does word of mouth play an important role in this?

– We are proud that whole families often become our clients! Our clients are both regular patients of our doctors and people to whom their relatives and friends recommend us. We often see patients with acute pain at night, which also expands their range.

Coming to us, people receive an individual approach, high professionalism and quality standards, the friendliness of doctors and all the staff – is this not a reason to stay?

– What are your plans for 2021, and in the longer term?

– Of course, we are thinking about scaling: increasing the area of our clinic, and opening new ones under our brand. But these are global goals. And today we set ourselves the task of preserving and improving what we already have. We provide a wide range of high quality services, comprehensiveness, individual approach, friendliness, training and constant striving for development – every day we work to make our patients smile!



ОЛЬГА ЗАСЕЕВА:

«КЛОВЕРМЕД» СЕГОДНЯ – ФЛАГМАН ПЛАСТИЧЕСКОЙ ХИРУРГИИ РОССИИ!»

«XXI век будет веком пластической хирургии!» – утверждают эксперты. Устранять несовершенства природы, последствия болезней или прожитых лет «по взмаху волшебной палочки» человечество мечтало с глубокой древности. Но впервые в истории у него появился шанс делать это в реальности собственными руками! Для того чтобы новейшие достижения современной пластической хирургии стали доступны россиянам, многое делает компания «КЛОВЕРМЕД», с генеральным директором которой, кандидатом медицинских наук Ольгой Засеевой, мы беседовали.

– *Ольга Витальевна, ваша компания одной из первых на российском рынке предложила продукцию для пластических и реконструктивных хирургов. Эксперты, в том числе зарубежные, утверждают, что именно «КЛОВЕРМЕД» стоял у истоков развития реконструктивной пластики груди в России и фактически сформировал отечественный рынок. Это действительно было так?*

– Двадцать лет назад, когда я начинала работать с имплантами MENTOR, в России развивалась только эстетическая хирургия груди. Но проанализировав опыт зарубежных коллег, я поняла, что за реконструктивной хирургией молочной железы – будущее.

Однако, общаясь с российскими пластическими хирургами, на тот момент не увидела у них большого интереса. О реконструктивных операциях они практически ничего не знали.

И всё-таки мы начали продвигать эту тему, сотрудничая со специалистами, которых смогли вдохновить идеи реконструкции. Параллельно мы общались с ведущими пластическими хирургами Европы и США, изучали опыт зарубежных онкоклиник, переводили на русский язык научные публикации, привозили в Россию с лекциями хирургов и онкологов.

Серьёзным прорывом стал вывод нами на российский рынок инновационного импланта-экспандера, устанавливаемого пациентке в ходе одной операции вместе с удалением поражённой молочной железы. Процесс шёл небыстро: нам надо было зарегистрировать продукты, провести клиническую апробацию, научить докторов ставить их.

Но вот уже на протяжении 15 лет все понимают важность реконструктивной хирургии груди. И во многих регионах эти операции поставлены на поток. И в том, что сегодня россиянам общеизвестно: рак груди – не приговор, при лечении можно полностью восстановить эстетику, есть и моя заслуга.

– **«КЛОВЕРМЕД» предлагает самый большой выбор продукции для пласти-**

ческой и реконструктивной хирургии на российском рынке, а также отвечает за её безупречное качество. Как развиваются ваш продуктовый портфель? Каковы ваши гарантии качества для хирургов и их пациентов?

– Компания «КЛОВЕРМЕД» росла вместе с российским рынком современной пластической и реконструктивной хирургии и формировала его за счёт представления в стране лучших в мире продуктов. Благодаря и нашим стараниям Россия если и не достигла в пластической хирургии уровня Америки и Европы, то максимально близка к этому.

В 1999 году компания состояла из нескольких человек, а в её портфеле были только импланты молочной железы американской компании MENTOR.

Постепенно мы начали сотрудничество и с другими лучшими производителями медизделий и сформировали уникальный продуктовый портфель, удовлетворяющий любых специалистов в области эстетической медицины.

Мы формируем наш портфель таким образом, чтобы пластический хирург мог получить у нас всё по любому направлению. Конечно, наша основная «специальность» – молочная железа, но, посещая международные выставки, обращаем внимание на все новинки в области пластической хирургии и косметологии, анализируем их, лучшие регистрируем и внедряем.

Таким образом, в нашем портфеле появились уникальные высокотехнологичные продукты: липосактор вибрационного действия PAL LipoSculptor, челюстно-лицевые импланты Omnipore, мини-фиксаторы мягких тканей лица Endotine, эластичные нерассасывающиеся нити Spring Thread, послеоперационное бельё Marena и многие другие позиции, которые являются уникальными на мировом рынке эстетической медицины.

Вся продукция, предлагаемая нами, проходит строгий отбор и процесс регистрации на российском рынке. Мы горды тем, что гарантируем хирургам и их пациентам высочайшее качество предлагаемой продукции.

РОССИЙСКАЯ КОМПАНИЯ «КЛОВЕРМЕД», БЛАГОДАРЯ СВОЕЙ АКТИВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, А ТАКЖЕ ПОИСКУ И ВНЕДРЕНИЮ САМЫХ ПЕРЕДОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ ПЛАСТИЧЕСКОЙ И РЕКОНСТРУКТИВНОЙ ХИРУРГИИ, ИЗВЕСТНА СПЕЦИАЛИСТАМ ВСЕГО МИРА. МЫ ПОПРОСИЛИ НЕКОТОРЫХ ИЗ СВЕТИЛ МИРОВОЙ МЕДИЦИНЫ ПОДЕЛИТЬСЯ СВОИМ МНЕНИЕМ О КОМПАНИИ И ЕЁ СОЗДАТЕЛЕ И РУКОВОДИТЕЛЕ ОЛЬГЕ ЗАСЕЕВОЙ.



Джуме Масиа: «Я готов поддержать «КЛОВЕРМЕД» во всём, что он делает!»
«Я знаю Ольгу Засееву уже очень много лет и поражён качеством работы,

которую она проводит. Вклад Ольги и компании «КЛОВЕРМЕД» в образование врачей России огромен! Такого рода обучение в Европе проводится только научными сообществами и университетами, но Ольга смогла организовать образовательный процесс для хирургов в России силами одной коммерческой компании! «КЛОВЕРМЕД» – не просто компания, работающая на рынке пластической хирургии, но и дополнительный ресурс по получению знаний для российских докторов. Я всегда готов поддержать Ольгу и «КЛОВЕРМЕД» во всём, что они делают!»

Джуме Масиа – профессор, директор отделения микрохирургии и реконструкции молочной железы Clinica Planas (Барселона), президент испанского общества SECPRE, один из создателей мирового движения Breast Meeting, Испания.


Маурицио Нава:

«Благодарю «КЛОВЕРМЕД» за поддержку в расширении знаний!»
«Мы познакомились с Ольгой Засеевой более 15 лет назад. Вскоре

после знакомства начали сотрудничество по организации обучения хирургов в области хирургии молочной железы, онкопластико-реконструктивных и эстетических хирургических процедур. По всей России, от Москвы до Казани, мы совместно читали лекции и проводили конференции с «живой хирургией». Я бы хотел поблагодарить «КЛОВЕРМЕД» за его поддержку в расширении знаний и научных исследований в области хирургии молочной железы».

Маурицио Нава – профессор, руководитель отделения пластической хирургии Национального института рака в Милане, член Итальянского общества пластической, реконструктивно-регенеративной и эстетической хирургии (SICPRE), Европейского общества по хирургической онкологии (ESSO), Американского общества пластических хирургов (ASPS) и Европейского общества мастологии (EUSOMA), Италия.

– «КЛОВЕРМЕД» постоянно создаёт новые сегменты рынка продукции для пластической и реконструктивной хирургии, внедряет трендовые и прогрессивные мировые технологии. Расскажите об этой работе.

– Анализируя новинки мирового рынка пластической хирургии и выбирая самое интересное, мы не просто привозим в Россию новые продукты и технологии, а формируем новые сегменты рынка.

Так, в 2002 году мы создали в России направление реконструктивной хирургии, зарегистрировав имплантат-экспандер Mentor Becker.

В 2005 году дали старт целому направлению липосакции, зарегистрировав канюлю Byron, а в дальнейшем – и липосактор PAL LipoSculptor.

Челюстно-лицевая имплантология зародилась в 2010 году с появлением в нашем продуктовом портфеле лицевых имплантатов Porex из пористого материала.

Мы постоянно ищем новые технологии, чтобы сделать их доступными для российских докторов. Скоро в нашем портфеле появится ещё несколько продуктов, очень востребованных на мировом рынке.

– **Ваша компания – неотъемлемая часть жизни отрасли: не только бизнес-партнёр, но и, что очень важно, крупнейший образовательный центр в своей сфере. Кого вы обучаете, чему, по каким каналам, какими методами?**

– Компания «КЛОВЕРМЕД» сегодня – безусловный флагман пластической хирургии России. Наша задача – не только обеспечить пластических хирургов комплексным набором новейших технологий, но и помочь в их освоении.

Всё, что мы на сегодняшний день предлагаем на российском рынке, высокотехнологично. И чтобы с успехом применять это, нужно учиться. Освоение современных технологий возможно только через обучение. Поэтому повышение квалификации специалистов является основополагающим для нашей компании. Для того чтобы что-то делать хорошо, нужно знать, как это делают другие мастера. Для этого мы приглашаем на наши мероприятия топовых специалистов мирового уровня.

Мы первыми стали организовывать поездки наших врачей в лучшие зарубежные клиники, где они в группах по 3-4 человека могут непосредственно у операционного стола повышать свою квалификацию.

«КЛОВЕРМЕД» занят постоянной просветительской работой, он провёл по России за 20 лет более 1200 мероприятий – от региональных мастер-классов до международных конгрессов.


Кристоф Андре:

«КЛОВЕРМЕД» приносит в Россию новейшие мировые достижения»

«Я знаю Ольгу много лет, и для меня большая честь публично высказать своё

мнение о ней и компании «КЛОВЕРМЕД».

Ольга – целеустремлённый, увлечённый своим делом человек, и она чудесным образом объединяет хирургов разных народов и стран.

В частности, для меня, как для научного руководителя Международного симпозиума по хирургии молочной железы (IBSD) в Дюссельдорфе, очень ценно иметь прочные связи с российскими и иностранными врачами по всему миру.

«КЛОВЕРМЕД» приносит в Россию новейшие мировые достижения и сотрудничает с сильнейшей командой международных экспертов. Так что российские врачи имеют прекрасную возможность учиться у лучших хирургов».

Кристоф Андре – профессор, медицинский директор и главный врач отделения пластической и эстетической хирургии больницы Герресхайма, председатель Международного симпозиума по молочной железе в Дюссельдорфе, член Немецкой ассоциации пластических, восстановительных и эстетических хирургов (DGPRÄC), Общества эстетической хирургии Германии (GÄCD), Международной хирургии молочной железы (BSI), Германия.



Рой де Вита: «Я восхищаюсь Ольгой!»
«Я всегда восхищаюсь Ольгой Засеевой! Даже сейчас, в период пандемии коронавируса, в очень сложное для всех

время, ей удаётся собирать докторов вместе, организовывать мероприятия и приглашать нас к участию в них.

Ольга – настоящий двигатель образования пластических хирургов России. Её работа и всё, что она делает, – прекрасно! Я очень надеюсь быть полезным её компании и в будущем видеть, как растёт и развивается «КЛОВЕРМЕД».

Рой де Вита – пластический хирург, профессор, заведующий отделением пластической и реконструктивной хирургии «Регина Елена» Национального института рака в Риме, член Итальянского общества пластической, реконструктивно-регенеративной и эстетической хирургии (SICPRE), Итальянского хирургического общества, Международного общества эстетической пластической хирургии (ISAPS), Международной конфедерации пластической, реконструктивной и эстетической хирургии (IPRAS), Италия.

Клиентами компании являются 2000 клиник, более 4000 врачей по всей России. И мы делаем всё для эффективности этого партнёрства: наш график – 24/7, мы не закрываемся в праздники, налажена служба логистики, всегда имеется полный ассортимент продукции на складах.

– «КЛОВЕРМЕД» постоянно приглашает к участию в своих мероприятиях лучших международных экспертов, признанных лидеров мировой пластической и реконструктивной хирургии. Судя по их отзывам, с мировыми светилами вас связывают не только деловые, но и дружеские, доверительные отношения. Как вам это удаётся?

– Основной залог успеха – любить то, что ты делаешь, вкладывать не только деньги, но и душу! Когда люди это понимают, то оценивают по достоинству. Отсюда рождаются и дружба, и партнёрство. У нас сложились замечательные отношения со «звёздами» пластической хирургии из Америки, Италии, Испании, Румынии и других стран. Они ценят то, что мы делаем.

Лидеры пластической хирургии часто предлагают новые методы и хотят, чтобы они были известны в мире и активно внедрялись. А конечную выгоду получают пациенты!

Подготовила
Елена Александрова

“The 21st century will be the century of plastic surgery!” – experts say. Since ancient times, humanity has dreamed of eliminating the imperfections of nature, consequences of diseases or past years “with the wave of a magic wand”. But for the first time in history, we had a chance to do it in reality with our own hands! CLOVERMED is doing a lot to bring the latest achievements of modern plastic surgery to Russians. We talked with the CEO of the company, PhD in Medical Sciences, Olga Zaseeva.

THE RUSSIAN COMPANY CLOVERMED IS KNOWN TO SPECIALISTS ALL OVER THE WORLD THANKS TO ITS ACTIVE EDUCATIONAL ACTIVITIES, AS WELL AS THE SEARCH AND IMPLEMENTATION OF THE MOST ADVANCED TECHNOLOGIES IN THE FIELD OF PLASTIC AND RECONSTRUCTIVE SURGERY. WE ASKED SOME OF THE LUMINARIES OF THE WORLD MEDICINE TO SHARE THEIR OPINIONS ABOUT THE COMPANY AND ITS FOUNDER AND CEO OLGA ZASEEVA.



Jaume Masia: “I’m ready to support CLOVERMED in everything they do!”

“I know Olga Zaseeva for many years and am amazed by the quality of the work

she is doing. The contribution of Olga and CLOVERMED to the education of Russian doctors is enormous!

This kind of training in Europe is carried out only by scientific communities and universities, but Olga was able to organize the educational process for surgeons in Russia with the help of a single commercial company!

CLOVERMED is not just a company operating in the plastic surgery market, but also an additional resource for gaining knowledge for Russian doctors.

I’m always ready to support Olga and CLOVERMED in everything they do!”

Jaume Masia – MD, Professor, Director of the Department of Microsurgery and Breast Reconstruction at Clinica Planas (Barcelona), President of the Spanish society SECPRE, one of the founders of the world movement Breast Meeting, Spain.

OLGA ZASEEVA: “TODAY CLOVERMED IS THE FLAGSHIP OF PLASTIC SURGERY IN RUSSIA!”



– Mrs. Zaseeva, your company was one of the first in the Russian market to offer products for plastic and reconstructive surgeons. Experts, including foreign ones, argue that it was CLOVERMED that was at the forefront of the development of breast reconstructive plastic surgery in Russia, and actually formed the domestic market. Was it really so?

– Twenty years ago, when I started working with MENTOR implants, only aesthetic breast surgery was developing in Russia. But after analyzing the experience of foreign colleagues, I realized that reconstructive breast surgery is the future.

However, at that time I didn’t see much interest from the plastic surgeons. They knew practically nothing about reconstructive operations.

Nevertheless, we began to promote this topic, collaborating with specialists who were able to inspire ideas for reconstruction. At the same time, we communicated with leading plastic surgeons in Europe and the United States, studied the experience of foreign oncological clinics, translated scientific publications into Russian, brought surgeons and oncologists to Russia with lectures.

A major breakthrough was the launch of an innovative expander implant on the Russian market, which is installed in a patient during one operation, together with the removal of the affected mammary gland. The process was slow: we had to register products, conduct clinical approbation, teach doctors how to work with them.

For 15 years now, everyone has understood the importance of breast reconstructive surgery. And in many regions these operations are a regular procedure. And

there is my merit in what Russians know today: breast cancer is not a death sentence, and it is possible to fully restore aesthetics during treatment.

– CLOVERMED offers the largest selection of products for plastic and reconstructive surgery on the Russian market, and is also responsible for their impeccable quality. How is your product portfolio developing? What are your quality assurances for surgeons and their patients?

– The company CLOVERMED grew together with the Russian market of modern plastic and reconstructive surgery and formed it due to the introduction of the world’s best products in the country. Thanks to our efforts, Russia, if it has not reached the level of America and Europe in plastic surgery, is as close as possible to this.

In 1999, the company consisted of several people, and there were only breast implants from the American company MENTOR in its portfolio.

Gradually, we began cooperation with other best manufacturers of medical devices and formed a unique product portfolio that satisfies any specialist in the field of aesthetic medicine.

We form our portfolio in such a way that a plastic surgeon can get everything from us in any field. Of course, our main specialty is the mammary gland, but when visiting international exhibitions, we pay attention to all the novelties in the field of plastic surgery and cosmetology, analyze them, and register and implement the best ones.

Thus, unique high-tech products have appeared in our portfolio – the vibration liposactor Pal Liposculptor, maxillofacial implants Omnipore, mini fixators for the

**Maurizio Nava:**

"I express gratitude to CLOVERMED for its support in expanding knowledge!"

"We met Olga Zaseeva more than 15 years

ago. Later we began cooperation in organizing training for surgeons in the field of breast surgery, oncoplastic-reconstructive and aesthetic surgical procedures.

All over Russia, from Moscow to Kazan, we jointly lectured and held conferences with "live surgery".

I would like to thank CLOVERMED for its support in expanding knowledge and research in the field of breast surgery."

Maurizio Nava – MD, Professor, Head of the Department of Plastic Surgery at the National Cancer Institute in Milan, Member of the Italian Society of Plastic, Reconstructive-Regenerative and Aesthetic Surgery (SICPRE), the European Society of Surgical Oncology (ESSO), the American Society of Plastic Surgeons (ASPS) and the European Society of Mastology (EUSOMA), Italy.

soft tissues of the face Endotine, elastic non-absorbable threads Spring Thread, postoperative underwear Marena and many other products that are unique on the world market of aesthetic medicine.

All products we offer go through a rigorous selection and registration process on the Russian market. We are proud to guarantee surgeons and their patients the highest quality of our products.

– CLOVERMED is constantly creating new market segments for products for plastic and reconstructive surgery, introducing trendy and progressive world technologies. Tell us about this work.

– Analyzing the novelties of the world plastic surgery market and choosing the most interesting, we not only bring new products and technologies to Russia, but form new market segments.

In 2002 we created the direction of reconstructive surgery in Russia by registering the Mentor Becker expander implant.

In 2005, we launched a whole direction of liposuction, registering the Byron cannula, and later the PAL LipoSculptor liposactor.

Oral and maxillofacial implantology was born in 2010 with the introduction of Porex porous facial implants in our product portfolio.

We are constantly looking for new technologies to make them available to

Russian doctors. Soon, our portfolio will include several more products that are in great demand on the global market.

– Your company is an integral part of the life of the industry: not only a business partner, but which is very important, the largest educational center in its field. Whom do you teach, what, through what channels, what methods do you use?

– CLOVERMED is the undisputed flagship of plastic surgery in Russia today. Our task is not only to provide plastic surgeons with a comprehensive set of the latest technologies, but also to help them master them.

Everything that we currently offer on the Russian market is high-tech. And in order to successfully apply this, you need to learn. Mastering modern technologies is possible only through training. Therefore, professional development of specialists is fundamental for our company. In order to do something well, you need to know how other masters do it. To do this, we invite world-class specialists to our events.

We were the first to organize trips of our doctors to the best foreign clinics, where they can improve their qualifications in groups of 3-4 people directly at the operating table.

CLOVERMED is engaged in constant educational work, having held over 1200 events in Russia over 20 years – from regional master classes to international congresses.

**Christoph Andree:**

"CLOVERMED brings the latest world achievements to Russia"

"I know Olga for many years, and it's a great honor for me to publicly express my opinion about

Mrs. Zaseeva and CLOVERMED. Olga is a purposeful, passionate person, who unites surgeons from different nations and countries. In particular, for me, as the scientific director of the International Breast Surgery Symposium (IBSD) in Dusseldorf, it's very valuable to have strong ties with Russian and foreign doctors around the world.

CLOVERMED brings the latest world achievements to Russia and cooperates with the strongest team of international experts. So, Russian doctors have an excellent opportunity to learn from the best surgeons."

Christoph Andree – MD, Professor, Medical Director, Chief of the Department Plastic and Aesthetic Surgery at Gerresheim Hospital, Chairman of the International Breast Symposium in Dusseldorf, Member of the German Association for Plastic, Reconstructive and Aesthetic Surgeons (DGPRÄC), the German Society for Aesthetic Surgery (GÄCD), Breast Surgery International (BSI), Germany.

**Roy de Vita:**

"I admire Olga!"

"I always admire Olga Zaseeva!"

Even now, during the coronavirus pandemic, at a very difficult time for everyone, she

manages to bring doctors together, organize events and invite us to participate in them.

Olga is a real "engine" of education for plastic surgeons in Russia. Her work and everything she does is wonderful! I really hope to be useful to her company and see how CLOVERMED grows and develops in the future."

Roy de Vita – MD, Professor, Plastic Surgeon, Head of the Department of Plastic and Reconstructive Surgery Regina Elena of the National Cancer Institute in Rome, Member of the Italian Society of Plastic, Reconstructive-Regenerative and Aesthetic Surgery (SICPRE), Italian Surgical Society, International Society for Aesthetic Plastic Surgery (ISAPS), International Confederation for Plastic, Reconstructive and Aesthetic Surgery (IPRAS), Italy.

The company's clients include 2,000 clinics, more than 4,000 doctors throughout Russia. And we are doing everything for the effectiveness of this partnership: our schedule is 24/7, we do not close on holidays, a logistic service is established and there is always a full range of products in our warehouses.

– CLOVERMED constantly invites the best international experts, recognized leaders of the world plastic and reconstructive surgery to participate in its events. Judging by their reviews, you are connected with world luminaries not only by business, but also by friendly, trusting relationships. How do you do it?

– The main guarantee of success is to love what you do, to invest not only money, but also your soul! When people understand this, they appreciate it. From here both friendship and partnership are born. We have developed a wonderful relationship with the "celebrities" of plastic surgery from America, Italy, Spain, Romania and other countries. They appreciate what we do.

Plastic surgery leaders often propose new methods and want them to be known in the world and actively implemented. And the final benefit gets the patients!

**Prepared
by Elena Alexandrova**

““

КОРПОРАТИВНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ –
ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ,
ПОЗВОЛЯЮЩИЙ ВЕСТИ ВНУТРЕННИЙ
ДИАЛОГ ПРЕДПРИЯТИЯ! ЕГО ГЛАВНАЯ
ЦЕЛЬ – РАБОТА НА КОЛЛЕКТИВ, НА
МОТИВИРОВАНИЕ И ОБУЧЕНИЕ
СОТРУДНИКОВ, НА ПОДДЕРЖАНИЕ
СВЯЗЕЙ.

””

**Мария Суворовская, генеральный директор
«БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА»**

КОРПОРАТИВНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ: ОДНО РЕШЕНИЕ ДЛЯ КОМПЛЕКСА ЗАДАЧ

Кому поручить создание корпоративного ТВ на предприятии и зачем это нужно бизнесу, в интервью РБК рассказала генеральный директор издательско-коммуникационной группы «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА», эксперт по корпоративному телевидению Мария Суворовская.

Когда наше видеопроизводство получило заявки на изготовление первых корпоративных телеканалов, мы были удивлены. Почему в один момент об этом способе внутренней коммуникации все задумались, заговорили и решили воплощать в жизнь? И чья это всё-таки головная боль: HR или PR? Ещё в 80-х годах прошлого столетия зарубежные предприятия активно использовали кабельные сети для работы с персоналом. Для оповещения, продвижения корпоративной культуры и ценностей компании. В современных условиях цифровизации появилось много новых инструментов, позволяющих вести внутренний диалог предприятия. Но, как оказалось, не всё инновационное лучше консервативного. Понятно, что корпоративные газеты потихоньку уступают место порталам. Но затащить на портал сотрудников производственного направления, как показывает практика, практически нереально. Перед PR-отделом руководство ставит задачу – произвести апгрейд газеты, перед HR – найти способы быстрой коммуникации с персоналом. И не всегда два отдела департамента догадываются, что решение этих задач лежит в создании корпоративного телеканала, который своим появлением закрывает сразу несколько

важных потребностей бизнеса. Во-первых, он системно генерирует контент о жизни компании – текстовой, видео, инфографику, фото. Это несомненное преимущество для PR. Во-вторых, это быстрый, удобный и понятный благодаря визуализации формат донесения информации до коллектива. А это незаменимо для HR-отдела, которому в данном случае не надо придумывать фантастические способы привлечения рабочих на портал. Обычно экраны, транслирующие корпоративное ТВ, вывешиваются в общественных холлах, на проходных, в зонах отдыха, в приёмной руководителя. И даже три экрана уже позволят наладить оповещение. Итальянское производство оборудования, с которым мы сотрудничаем длительное время, придумало вместе с нами несколько интересных кейсов, которые полезны для множества предприятий. На экранах компании мы транслируем не только новости, рассказы о сотрудниках, успешные проекты, анонсы, отчёты и достижения, но и, например, ввели рубрику «Уроки итальянского» под названием «Как Челентано». Она, кстати, крайне популярна и любима. Для нас наличие такой рубрики – не украшение эфира, а конкретная польза: она развлекает серьёзный контент, который может тяжело восприниматься

аудиторией. Нужен позитив, который привлечёт внимание. Это может быть и демонстрация стран, куда экспортируется продукция, – своеобразное микропутешествие, и поздравления с праздниками, и ответы на вопросы сотрудников, поступающие через специальные ящики обратной связи. Крупное автомобильное производство – тоже наш партнёр – делает акцент на социальной политике, информировании сотрудников о программах поддержки, карьерном росте и личном развитии в компании. Производство бытовой техники выбрало другую тематику корпоративного ТВ – ролики по охране труда. Это точно история HR. Но мы с вами понимаем, что это весьма окупаемая инвестиция. Игровые ролики по охране труда своей наглядностью способны предотвратить неприятные ситуации, влекущие финансовые траты предприятия, например на лечение сотрудника. Десятки реализованных и действующих корпоративных телеканалов доказывают, что такое ТВ – двойное оружие, а в какую сторону – HR или PR – оно склоняется больше, решают исключительно человеческий фактор руководителей данных направлений компании и стратегия развития ресурса, выбранная руководством.

Источник: РБК http://presscentr.rbc.ru/interview_suvorovskaya



*CORPORATE TELEVISION
IS AN EFFECTIVE TOOL TO
CONDUCT AN INTERNAL
DIALOGUE WITHIN THE
ENTERPRISE! ITS MAIN
GOALS ARE WORK FOR
THE TEAM, MOTIVATION
AND EDUCATION
OF THE EMPLOYEES,
MAINTAINING CONTACTS.*



*Maria Suvorovskaya,
CEO of the BUSINESS
DIALOGUE MEDIA*



CORPORATE TELEVISION: ONE SOLUTION FOR THE SET OF TASKS

Whom to entrust the creation of corporate TV at the enterprise and what its value for business RBC gets known in the interview with Maria Suvorovskaya, CEO of the BUSINESS DIALOGUE MEDIA publishing and communication group, a corporate TV expert.

When our video production department received applications for the first corporate television channels, we were surprised. Why did everyone all of a sudden get interested in this method of internal communication and decide to put it into practice? And who is responsible for it: HR or PR? Back in the 80s of the last century, foreign enterprises actively used cable infrastructure in work with personnel for information and promotion of corporate culture and company values. In the current context of digitalization, there are many new tools that allow a company to conduct an internal dialogue. But, as it turned out to be, not every innovation is better than conservative methods. It is obvious that corporate newspapers are slowly giving way to web portals. But it is practically unrealistic to get the employees of the production area to a web portal. A management team gives PR department a task to upgrade a newspaper and gives HR department a task to find ways to achieve active communication with staff. And not always these two departments are aware that the solution of these problems lies in creating a corporate television channel, which allows to fulfill several important business needs at once. First of all, it

systematically generates content- text, video, infographics, photos – about life of a company. This is a definite advantage for PR. Secondly, it is a fast, convenient and, thanks to visualization, understandable format for transmitting information to the team. And this is indispensable for the HR department, which in this case does not need to come up with fantastic ways to attract workers to the portal. As a rule screens, which broadcast corporate TV, are displayed in public halls, at checkpoints, in recreation areas, at the reception. Even three screens are enough to provide informing. The Italian equipment manufacturing plant, with which we have been cooperating for a long time, came up with several interesting cases that are useful for many enterprises. On the screens of the company we broadcast not only news, stories about our employees, reports, announcements on successful projects and achievements, but also, for example, we have introduced the Italian Lesson section under the title “Like Celentano”. It is extremely popular and loved. Such a section for us is not only a crown jewel of the air, but a concrete benefit – it adds variety to the serious content that can be difficult for perception of the audience. We need some

positive to attract attention. It may be a demonstration of the countries where the manufactured products are exported – a kind of small trip, holiday greetings and answers to the questions from employees, which come through special feedback boxes. Large motor vehicle production plant – also our partner – focuses on social policy, informing employees about support programs, career growth and personal development in the company. Household appliance production has chosen a different theme for corporate TV – occupational safety videos. This is exactly the story of HR. We all understand that it shows meaningful return on investment. Labour protection movies with game elements can prevent unpleasant situations that entail financial expenses of the enterprise, for example, for the treatment of an employee. Dozens of implemented and operating corporate television channels prove that such TV is a double weapon. The direction it would be more targeted to – either HR or PR – could be solved exclusively by the leaders of these areas of the company and the resource development strategy chosen by the upper management.

Source: RBC http://presscentr.rbc.ru/interview_suvorovskaya

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 (ТОВВ)
- 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 (ФСТЭК 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.



КАЛИБР
КОВОРКИНГ



+7 (495) 730-09-19



cowork@kalibr.co



РАБОЧИЕ ПРОСТРАНСТВА ПОД ЛЮБОЙ КАЛИБР



A portrait of Olga Zaseeva, a woman with short, wavy reddish-brown hair, smiling and holding a pair of glasses. She is wearing a white long-sleeved shirt under a dark green vest with black lace details.

20 ЛЕТ

НА РЫНКЕ РОССИИ
В ОБЛАСТИ ПЛАСТИЧЕСКОЙ
ХИРУРГИИ И ЭСТЕТИЧЕСКОЙ
МЕДИЦИНЫ

ОЛЬГА ЗАСЕЕВА
к.м.н.,
Генеральный директор
компании «КЛОВЕРМЕД»

CLOVERMED

КОМПЛЕКСНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ПЛАСТИЧЕСКОЙ ХИРУРГИИ

ПРЕДСТАВЛЯЕТ В РОССИИ ВЕДУЩИЕ МИРОВЫЕ БРЕНДЫ

MENTOR® (США) имплантаты для эстетической и реконструктивной пластики груди

PAL® LIPOSCULPTOR (США) липосактор вибрационного действия

OMNIPORE® (США) челюстно-лицевые имплантаты

ENDOTINE® (США) мини-фиксаторы для подтяжки мягких тканей лица

SPRING THREAD® (Франция) эластичные нерассасывающиеся нити

MARENA® (США) послеоперационное компрессионное белье

IPOMIA (Швеция) дизайнерское белье после пластики груди

NITHYA (Италия) коллаген гетерологический I типа биологического происхождения

DERMAFIL® (Италия) рассасывающиеся нити для 3D-лифтинга кожи

BIODERMIS™ (США) средства для коррекции рубцов

CLOVERMED.RU