

30/232 сентябрь 2023



With the
support of the
CCI of Russia

www.tpprf.ru •

12+

Business DIALOG Media

RBC

Russian Business Guide

ТЕМА НОМЕРА:

**БИЗНЕС В СФЕРЕ ТОВАРОВ И
УСЛУГ ДЛЯ ДЕТСТВА
И МАТЕРИНСТВА**

РЕГИОН НОМЕРА:

САМАРСКАЯ ОБЛАСТЬ

**28-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
«ИНДУСТРИЯ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ»
«МИР ДЕТСТВА-2023»**

«КОЛОМЕЕВ» –

ФАБРИКА НОВОГОДНЕГО НАСТРОЕНИЯ

В КАЖДОЙ ИГРУШКЕ ЕСТЬ ЧАСТИЧКА ДУШИ ЕЁ СОЗДАТЕЛЯ

**Российская
Энергетическая
Неделя 2023**

 **РОСКОНГРЕСС**
Пространство доверия



11–13 октября
Москва,
ЦВЗ «Манеж»

rusenergyweek.com



Реклама (6+)

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

Редакционный совет:

Максим Фатеев, Вадим Винокуров, Наталья Чернышова

Главный редактор:

Мария Суворовская

Заместитель директора по коммерческим вопросам:

Ирина Длугач

Редактор номера: **Елена Александрова**

Дизайн/вёрстка: **Елена Кислицына, Александр Лобов**

Корреспонденты: **Алексей Сокольский,**

Михаил Московец, Светлана Кныш,

Варвара Можая, Виктория Лукьянова,

Екатерина Золотарёва, Варвара Можая

Перевод: **Лилиана Алтапова**

Дирекция развития и PR: **Елена Коломоец**

Отпечатано в типографии ООО «ВИБА-СТАР»,

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

Материалы, отмеченные значком R или «РЕКЛАМА», публикуются на правах рекламы. Мнение авторов не обязательно должно совпадать с мнением редакции.

Перепечатка материалов и их использование в

любой форме допускается только с разрешения

редакции издания «Бизнес-Диалог Медиа».

Рукописи не рецензируются и не возвращаются.

Адрес редакции: **143966, Московская область,**

г. Реутов, ул. Победы, д. 2, пом. 1, комн. 23.

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

Тел.: **+7 (495) 730 55 50 (доб. 5700).**

Издатель: ООО «Бизнес-Диалог Медиа».

Зарегистрировано Федеральной службой по надзору в

сфере связи, информационных технологий и массовых

коммуникаций. Свидетельство о регистрации

средства массовой информации ПИ № ФС77-65967

от 6 июня 2016.

Russian Business Guide № 30/232 сентябрь 2023.

Дата выхода в свет: 19.09.2023.

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 Suvorovskaya

Managing Editor: **Elena Aleksandrova**

Deputy Marketing Director:

Irina Vladimirovna Dlugach

Designer: **Elena Kisitsyna, Alexandr Lobov**

Translation: **Liliana Altapova**

Printed in the printing house of VIVASTAR LLC, Moscow,

ul. Elektrovzvodskaya, 20, building 3.

Materials marked R or "ADVERTISING" are published

as advertising. The opinion of the authors does

not necessarily coincide with the editorial opinion.

Reprinting of materials and their use in any form is

allowed only with the permission of the editorial office

of the publication Business-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

Тел.: **+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 № 30/232 September 2023.

Дата выпуска: 19.09.2023.

Издание: **30000 copies. Open price.**

РАЗНОЦВЕТНЫЙ МИР ДЕТСТВА

- | | |
|----|---|
| 2 | МИР ДЕТСТВА – 2023»: ВСЕ ГРАНИ 28-Й МЕЖДУНАРОДНОЙ ВЫСТАВКИ «ИНДУСТРИЯ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ» |
| 6 | «В ИНТЕРЕСАХ ДЕТСТВА»: АИДТ РАССКАЗЫВАЕТ, КАК ОЩУЩАЕТ СЕБЯ ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ИНДУСТРИЯ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ В НОВЫХ РЕАЛИЯХ |
| 10 | «КОЛОМЕЕВ» – ФАБРИКА НОВОГОДНЕГО НАСТРОЕНИЯ. В КАЖДОЙ ИГРУШКЕ ЕСТЬ ЧАСТИЧКА ДУШИ ЕЁ СОЗДАТЕЛЯ |
| 16 | ГК «АТТРАКЦИОН-ЭКСПО»: ЗА БЕЗОПАСНОЕ ДЕТСТВО |
| 20 | ЕВГЕНИЙ ОЗАР, «ЭКСМО»: «ВСЕХ НАШИХ ПОКУПАТЕЛЕЙ ОБЪЕДИНЯЕТ ЛЮБОВЬ К КАЧЕСТВУ, К УДОБСТВУ И К КРАСОТЕ» |
| 24 | ЮЛИЯ ПЕТРОВА, «РИОНА»: «НАША ЦЕЛЬ – УДИВИТЬ И ОБРАДОВАТЬ ПОКУПАТЕЛЯ, ЗАДАЧА – СДЕЛАТЬ ЭТО БЫСТРО, КАЧЕСТВЕННО И КОМПЛЕКСНО» |

РЕГИОН НОМЕРА: САМАРСКАЯ ОБЛАСТЬ

- | | |
|----|--|
| 26 | МИНИСТР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ И ИНВЕСТИЦИЙ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ ДМИТРИЙ БОГДАНОВ: «САМОЕ ГЛАВНОЕ ДЛЯ ИНВЕСТИТОРОВ – СТАБИЛЬНОСТЬ И ДОВЕРИЕ. В САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ ОНИ ПОЛУЧАЮТ И ТО И ДРУГОЕ» |
| 28 | ТПП САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ: РОЖДЁННАЯ БИЗНЕСОМ |
| 30 | ВИКТОР ШАМРАЙ: «ТОЛЬЯТТИНСКАЯ ТПП ВЫСТУПАЕТ ЗА ПЕРЕФОРМИРОВАНИЕ ЭКОНОМИКИ ГОРОДА ИЗ МОНОЗАВИСИМОЙ В ЭКОНОМИКУ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКУЮ» |
| 32 | ООО «САМАРСКАЯ СТК»: НАДЁЖНОЕ ПАРТНЁРСТВО В МИРЕ ДОРОЖНЫХ ИННОВАЦИЙ |
| 38 | «САМАРСКИЙ СТРОЙФАРФОР» – РОССИЙСКИЙ ЛИДЕР ПРОИЗВОДСТВА САНТЕХНИКИ И КЕРАМОГРАНИТА |
| 42 | ВЕРА ГЛУХОВА, «САДОВЫЙ ЦЕНТР ВЕРЫ ГЛУХОВОЙ»: «САМОЕ ГЛАВНОЕ – ПОДТВЕРЖДАТЬ СЛОВА ДЕЛОМ!» |
| 46 | «СЛАДКОДАРОВ»: РАДОСТЬ ПРОСТО ТАК |

Business DIALOG Media

RBG
Russian Business Guide



«МИР ДЕТСТВА – 2023»

28-я международная выставка «Индустрия детских товаров» – «МИР ДЕТСТВА – 2023» пройдёт 26-29 сентября 2023 года в ЦВК «Экспоцентр».

Выставка проводится с 1994 года. По мнению подавляющего большинства российских и зарубежных экспонентов, это самая популярная площадка для презентации новинок и результативного делового общения в детской индустрии.

В 2021 году более 12 000 представителей индустрии товаров для детства посетило экспозицию и деловую программу. Выставка «Мир детства» и в постковидный период сохраняет свою популярность знакового отраслевого B2B-ивента: в 2022 году более 30% профессионалов посетило выставку впервые.

Международная выставка «Мир детства» сегодня является площадкой № 1 для выведения на российский рынок новейшей продукции. По мнению подавляющего большинства российских и зарубежных экспонентов, это самая популярная площадка для

презентации новинок и результативного делового общения в детской индустрии.

Выставка даёт возможность получить информацию о новинках и о ситуации в отрасли, а также помогает компаниям выстроить свою рыночную позицию на ближайшее время. Выставка проходит под патронатом Торгово-промышленной палаты Российской Федерации.

Выставка «Мир детства – 2022» прошла с большим успехом, о чём говорили как участники, так и посетители выставки, приехавшие из более чем 38 стран и 83 областей и регионов РФ.



В этом году посетителей ожидают 10 500 квадратных метров экспозиционной площади, 350 экспонентов, более 9700 профессиональных посетителей.

Тематика мероприятия:

- товары для новорождённых и малышей;
- игры, игрушки, хобби;
- всё для праздника и Нового года;
- детское творчество, дизайн, канцелярские товары;
- дополнительное образование детей.

«Мир детства» – крупнейшее конгрессно-выставочное B2B-мероприятие индустрии детских товаров на территории России, стран Восточной Европы и СНГ, объединяющее профессионалов, производителей и закупающих качественную продукцию.

ПОДДЕРЖКА УЧАСТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ КОМПАНИЙ В ВЫСТАВКЕ

В рамках реализации национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» региональные центры поддержки предпринимательства оказывают содействие в организации участия региональных компаний в выставках.

В 2022 году благодаря содействию российских региональных структур в выставке участвовали компании из Архангельской, Белгородской, Владимирской, Волгоградской, Вологодской, Ивановской, Иркутской, Кировской, Липецкой, Московской, Новгородской, Новосибирской, Омской, Ростовской, Рязанской, Самарской, Саратовской, Смоленской, Тамбовской, Тверской, Ульяновской, Челябинской, Ярославской областей и Республики Татарстан.

«Мир детства» – выставка для профессионалов:

- отраслевые проекты, привлекающие только целевые аудитории специалистов;
- эффективные прямые коммуникации и решение вопросов сбыта продукции;
- высокое качество состава посетителей;
- получение актуальной информации о состоянии рынка – лучшие бренды, последние тенденции и новые технологии;
- деловая программа для профессионального развития;
- оптимальные сроки проведения, решение важнейших бизнес-задач всего за четыре дня работы выставки;
- лучшие выставочные павильоны ЦВК «Экспоцентр» с развитой инфраструктурой;
- профессиональный подход к проведению мероприятия.

Выставка «Мир детства – 2023» пройдёт под патронажем Торгово-промышленной палаты РФ и при поддержке Министерства промышленности и торговли РФ.

Выставка, как всегда, привлечёт внимание представителей оптовой и розничной торговли детскими товарами. Производители

и дистрибьюторы смогут продемонстрировать свою продукцию и получить ценные отзывы от потенциальных клиентов.

На сегодняшний день своё участие подтвердило более 300 компаний из Китая, Малайзии, России, Республики Беларусь, Турции, Узбекистана.

Среди зарубежных участников: Pilsan Plastik ve Oyuncak San. A.S., (Турция), Sunta Manufacturing Sdn. Bhd. (Малайзия) и другие.

Благодаря содействию организаций поддержки инфраструктуры малого и среднего бизнеса в выставке примут участие компании из Архангельской, Владимирской, Кировской, Костромской, Московской, Новосибирской, Рязанской, Саратовской, Смоленской, Тамбовской, Тверской, Томской и Ульяновской областей.

В работе выставки примут участие 250 российских компаний: ТМ BabyRox, «Бэйби Опт Групп», ТД «Гамма», «Звезда», «Инвентив Тойз», «Комус», «Коник», «Луч», ПК «Химический завод», «Люкс Мама», «Мир Хобби», Merlion, «Офис Премьер», «Плитекс-С», «Полиграф Принт», Полотняно-заводская бумажная мануфактура, ИД «Проф-Пресс», «Рокет Кидс», «Рокси», «РОСМЭН», «Рыжий Кот», ТД «Сима-Ленд», «Симба Тойз Рус», «Симбат», «Степ Пазл», СТС, ТНГ, ТК «Урал Тойз», «Фабрика Облаков», «Феникс+», «Финсиб», «Хатбер-М», «Эксмо», ТД «Эдельвейс», МСК «Юнитойс» и многие другие.

Вниманию посетителей будет предложен широкий выбор новинок в разделе товаров для новорождённых, игр и игрушек, книг, канцелярских, школьных товаров и товаров для творчества. На выставке будут представлены и лучшие российские и зарубежные бренды товаров для детей.

По традиции одновременно пройдёт выставка «СЖФ – Детская мода. Осень». В объединённую деловую программу выставок «Мир детства» и «СЖФ – Детская мода. Осень» войдёт около 40 мероприятий с участием ведущих экспертов отрасли.



ОТЗЫВЫ О ВЫСТАВКЕ

ЛИЛИЯ ГУМЕРОВА, председатель Комитета Совета Федерации Федерального собрания РФ по науке, образованию и культуре:



– Безусловно, сложно переоценить тот факт, что роль этой выставки на сегодняшний день актуальна как никогда. Но прежде всего я хотела бы сказать о том, что у нас прошло заседание президентского совета по данной теме, это было в декабре прошлого года, под председательством Валентины Ивановны Матвиенко, и целый ряд конкретных решений был принят по поддержке этой важнейшей отрасли. Более того, вышло поручение Президента Российской Федерации по поддержке отечественных производителей детских товаров. Здесь, на выставке, конечно же, есть возможность заключить контракты, познакомиться с новой продукцией, представить её для наших учреждений образования, ну и, конечно же, для родителей.

Вот я, посещая выставку, для себя открыла целый ряд новинок, которые пользуются огромной популярностью. Это куклы в национальных костюмах, это военная тематика, патриотическая тематика, это развивающие игры. У нас даже возникла идея сделать выставку в Совете Федерации по теме развивающих игр. И, мне видится, это будет очень актуальным. Ну и, кроме того, очень много регионов представило свою продукцию. Я уверена, что мы, как палата регионов, сделаем обращение к руководителям регионов с тем, чтобы они это важнейшее направление индустрии детских товаров, инфраструктуру детства держали на особом контроле и продумали механизмы поддержки, в том числе и на региональном уровне.

Очень много новой продукции и, как я уже сказала, очень много продукции, которая поддерживает, продвигает нашу многонациональную культуру. Если вы обратили внимание, это платья, где представлены рисунки из русских народных сказок, это наши куклы в национальных костюмах. Поэтому мне видится, что очень большой запрос сегодня общества, родительского сообщества для такой игрушки, которая воспитывает, с которой не просто ребёнок будет играть, но и нашу многонациональную культуру

постигать, быть настоящим гражданином, настоящим патриотом.

И вот этим, мне видится, выставка этого года в лучшую сторону отличается от предыдущих. Ну конечно же, успехов, интересных контрактов; и, я уверена, механизмы поддержки наших отечественных производителей на государственном уровне будут только множиться.

ДМИТРИЙ КОЛОБОВ, директор Департамента развития промышленности социально значимых товаров Министерства промышленности и торговли РФ:



– Последние несколько лет, с учётом эпидемии ковида, выставочные пространства были ограниченными и немножко скудными. А в этом году выставка опять расцвела всеми своими красками и представила всё то разнообразие продукции, которая производится и поставляется в Россию для наших детей. И это очень здорово и производит приятное сильное впечатление. Мне понравились новые конструкторы, в том числе разработанные по аналогии с ушедшими из России брендами, что вселяет надежду на то, что наши дети не останутся без интересных развивающих и познавательных игр.

Несомненно, любое развитие отрасли будет связано с общей экономической ситуацией. И наша задача – помогать всячески производителям детских товаров для того, чтобы им развивалось чуть проще и легче, чем другим производителям.

АЛЕКСЕЙ МЕДНИКОВ, помощник заместителя Председателя Правительства Российской Федерации – министра промышленности и торговли Российской Федерации Д. В. Мантурова:

– Правительство Российской Федерации, наверное, в первую очередь должно заботиться о Российской Федерации, поэтому цель одна – надо поддержать российского национального производителя. Поддержка производителя в части технического регулирования, безусловно, – это в первую очередь снятие барьеров. Если в обычное время у нас было много достаточно серьёзных барьеров, то на сегодняшний день уже принято несколько мер, которые позволяют намного проще продукцию выводить на рынок.



В первую очередь, конечно, для российских производителей, во вторую – для того импорта, который на сегодняшний день нам также необходим. Это упрощение ввоза товаров, продукции, это автоматизация процессов; и самое главное, наверное: каждому производителю, который хочет производить больше, потому что рынок освобождается, необходимы прозрачные правила, понятные стандарты, необходим понятный путь, каким образом ты можешь подтвердить безопасность и качество этой продукции. Выставка, насколько я понимаю, собрала почти столько же экспонентов, сколько в прошлом году и в позапрошлом. Но, судя по тому, что здесь представлено, рынок стопроцентно будет заполнен. Будет, конечно, передел рынка, но мы уверены в том, что передел как раз будет в пользу российского производителя.

По крайней мере, мы делаем всё, чтобы именно так и происходило. В первую очередь – упрощение, то есть упрощение через какие-то понятные инструменты. К примеру, мы готовим определённые справочники, реестры. То есть это некое информационное обеспечение, которое должно стать российскому производителю ещё доступнее. Чтобы было понятно, что нужно сделать, чтобы выйти на рынок, понятно, какими стандартами можно пользоваться для производства продукции, какие требования существуют на рынке, какие требования существуют с точки зрения безопасности товаров, чтобы это было всё в доступе и чтобы был прямой контакт, в том числе с регулятором, для того, чтобы производитель знал, что риски для него ниже.

Естественно, они будут развиваться, масштабировать своё производство. Это наша цель. Упростился вопрос, связанный с сертификацией продукции. На сегодняшний день многие товары можно ввозить без сертификатов, принимая декларации соответствия. Большие усилия – на автоматизацию, новые стандарты, новые реестры, новые справочники. Вот комплекс информационного обеспечения производителя.



WWW.VOLSHEBNITSA.RU

БЕЗ САХАРА
шоколад и трюфели



«В ИНТЕРЕСАХ ДЕТСТВА»:

АИДТ рассказывает, как ощущает себя отечественная индустрия детских товаров в новых реалиях



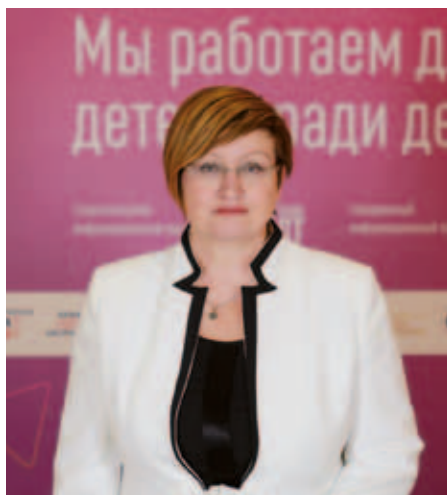
Рынок детских товаров – один из самых быстрорастущих в России. После того как страну друг за другом покинули иностранные бренды, чья продукция заполняла полки магазинов на 80%, отечественные производители получили уникальный шанс сформировать национальную индустрию детских товаров, не зависящую от внешних поставок. Постепенно, несмотря на все сложности, отечественный рынок детских товаров стал достаточно стабильным, и инвесторы, в том числе международные, проявляют к нему интерес. В такой ситуации важен лидер, который объединил бы профессиональное сообщество. Сегодня в этой роли выступает Ассоциация предприятий индустрии детских товаров.

РОЛЬ АИДТ В КОНСОЛИДАЦИИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ДЕТСКОЙ ПРОДУКЦИИ В РОССИИ

Ассоциация была создана в 2008 году и сегодня объединяет более 300 ключевых участников рынка. Главная цель – консолидация производителей, подготовка и реализация системных мер по развитию и укреплению отрасли. Организация является инициатором разработки и официальным партнёром по выполнению государственной Стратегии развития индустрии детских товаров и плана («дорожной карты») по её реализации, входит в состав Совета при президенте России по осуществлению государственной политики в сфере защиты семьи и детей.

Среди проектов Ассоциации – предложения по развитию отрасли, её нормативно-правовому регулированию, классификации, стандартизации и сертификации. АИДТ регулярно проводит аналитические исследования в области индустрии, «детского» маркетинга, стимулирования потребительского спроса.

Помимо этого, Ассоциация учредила



национальную премию в сфере товаров и услуг для детей «Золотой медвежонок», которая проводится ежегодно с 2010 года при поддержке Совета Федерации и Минпромторга России. В ходе защиты каждый номинант может публично представить свою продукцию и получить обратную связь от экспертного совета.

Самые острые и насущные вопросы индустрии Ассоциация обсуждает на националь-

ных съездах. Все предложения участников организация собирает и анализирует, по итогам принимаются решения по контрольно-надзорной деятельности, привлечению льгот, налогообложению.

Весомый вклад в консолидацию отрасли внесла основатель и президент АИДТ Антонина Цицулина, которая работает в индустрии детства более 15 лет и является одним из ведущих профессионалов отрасли.

Ассоциация регулярно представляет рынку рейтинги по отраслям детской индустрии, составленные Антониной Цицулиной.

Каждая компания, вошедшая в рейтинг, может получить соответствующий значок, чтобы добавить его на сайт, включить в презентации, то есть использовать в качестве подтверждения своего лидерства в профессии.

ИНДУСТРИЯ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ В ЦИФРАХ

Российская индустрия детских товаров представлена 15 отраслями промышленности и пятью отраслями сферы услуг и сервисов для семей с детьми, представляющими более 500 кодов продукции и услуг.

Объём рынка товаров для детей в 2022 году составил 1,035 трлн рублей. Это внушительное достижение: для сравнения – в 2021 году этот показатель был равен 990 млрд рублей (+19% к 2020 г.).

Доля отечественных производителей на рынке – чуть более 30%. С точки зрения структуры рынка детских товаров за 2022 год: в России на первом месте находится категория одежды и обуви – на неё приходится 34,1% продаж. На втором месте – игрушки (20,5%), на третьем – товары для новорождённых (17,8%), четвёртое место – у канцелярии и товаров для творчества (10,1%).

Для сравнения: в мире первое место по продажам среди детских товаров занимают игры и игрушки (около 40,2%), далее следуют одежда (36%) и обувь (10,4%).

Из-за дефицита мощностей, комплектующих и трудовых ресурсов отечественные производители не в состоянии сегодня полностью закрыть потребности россиян в детской продукции, и доля импорта остаётся всё ещё внушительной. Так, лидерами по доли зарубежной продукции на полках российских магазинов остаются игрушки и игры, коляски, автокресла и высокотехнологичная продукция. При выборе продукции для детей потребители исходят из трёх приоритетов: безопасность, цена и бренд. И задача индустрии – предоставить качественную, безопасную и отечественную

продукцию в необходимом для российского потребителя объёме.

КАТЕГОРИЯ «ИГРУШКИ»

Объём рынка игрушек по итогам 2022 года составил более 200 млрд рублей, его рост в 3% обусловлен в большей мере инфляцией. Игрушки – это более 20% от всего рынка детских товаров, из которых доля отечественных производителей составляет не больше 10%. Помимо игрушек, наиболее востребованными остаются конструкторы (17%), куклы (15%) и игрушечный транспорт (13%).

Совокупно 50% продаж игр и игрушек приходится на долю 100 компаний, при этом в трёх розничных каналах продаж она составляет порядка 45% («Детский мир», «Вайлдберриз» и «Озон»).

На протяжении долгого времени наблюдалась диспропорция между отечественными и зарубежными производителями. Так, в прошлом году игрушки были вторым по ёмкости импортируемым сегментом в Россию – после детской одежды и обуви.

Для сравнения: выручка 10 крупнейших российских предприятий по производству игр и игрушек за 2022 год составила порядка 11 млрд рублей, тогда как выручка трёх глобальных производителей игрушек в 2021 году достигла объёма в 33,5 млрд рублей (в 2022 году – 10,5 млрд руб.).

НА СЪЕЗДЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ИГР И ИГРУШЕК АИДТ ПРЕДСТАВИЛА РЕНКИНГ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ЭТОЙ ПРОДУКЦИИ ДЛЯ ДЕТЕЙ

Данные показывают, что значительно увеличить свою долю на рынке смогли только производители настольных игр.

В топ-10 рейтинга российских предприятий по производству игр и игрушек за 2022 год вошли российские компании полного промышленного цикла. Первое место – у изготовителя настольных игр «Мир хобби», далее – компании по выпуску игрушек

«Нордпласт», «Десятое королевство», предприятие по выпуску наборов для творчества «7-я», «Звезда», фабрика кукол «Весна». Все они – участники АИДТ.

Помимо этого, АИДТ выступила с инициативой внести в перечень товаров первой необходимости в том числе игрушки для детей ясельного возраста, куклы, игрушечный транспорт, настольные игры, конструкторы, мягкие игрушки и игрушки для улицы.

КАТЕГОРИЯ «УЧЕБНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ»

Долгосрочная программа строительства и ремонта инфраструктуры образовательных организаций дала серьёзный стимул для развития новой отрасли – учебного оборудования и средств обучения.

Производители этих изделий, как и все участники индустрии, год назад столкнулись

В конце августа текущего года АИДТ собрала Съезд производителей учебного оборудования для определения приоритетов и выработки реальных мер поддержки. В ходе трёхдневных дискуссий, дебатов и выступлений спикеров появилась идея подготовить консолидированное обращение компаний этого сегмента в правительство. В доклад войдут инициативы и предложения, прозвучавшие на полях форума.

Традиционно в рамках съезда был опубликован рейтинг производителей оборудования для школ и детсадов.

Лидером нового исследования стала компания ООО «Некс-Т», которая упрочила своё положение по прибыли на 89%. На втором месте – ООО «Экзамен-Технолаб». Замыкает тройку лидеров ООО «Прикладная робототехника».

Далее следуют компании ООО «Научные развлечения» и ООО «Геоскан».



Рэнкинг производителей учебного оборудования по итогам 2022 года

Код ОКПД2 - 32.99.53 «Приборы, аппаратура и модели, предназначенных для обучения и демонстрационных целей»



с серьёзными экономическими вызовами: необходимо оперативно найти замену импортному оборудованию, сырью и комплектующим, ускоренными темпами нарастить мощности, внедрить новые технологии и инженеринговые решения, ускорить вывод на рынок собственных разработок и инновационных решений для образовательных организаций.

Ранее Ассоциация предприятий индустрии детских товаров представила исследование рынка госзакупок отрасли, согласно которому объём контрактов на учебное оборудование для образовательных учреждений России в 2023 году составит 3,6 млн единиц на сумму 27,57 млрд рублей.

Это 43% от общей потребности в оснащении учебных организаций, которую АИДТ



оценивает в 7,95 млн единиц на сумму 64,3 млрд рублей.

В общем объёме закупок лидируют учебные пособия (43%), компьютерное оборудование (27,82%), мебель и системы хранения (24,76%), на последнем месте – спортивный инвентарь (2,97%).

КАТЕГОРИЯ «ЛИЦЕНЗИОННЫЕ БРЕНДЫ»

Рынок лицензионных товаров сегодня – один из самых стабильно растущих сегментов индустрии. Использование анимационных образов на продукции для детей даёт предприятиям возможность расширить производство, снизить затраты на маркетинг, завоевать популярность у целевой аудитории.

Российские лицензии в сегменте TV/Digital выросли за два года на 38%, при этом иностранные франшизы рост не показали.

Доля игрушек с отечественными лицензиями в этом сегменте достигла 37% (два года назад эта цифра составляла 27%) и 21% по выручке (в 2021 г. – 19%, в 2020 году – 17%).

Продажи лицензионных игрушек в 2022 году росли быстрее, чем продажи остальных, как в рознице, так и на онлайн-площадках: такие игрушки занимают порядка 20% рынка. При этом на телевизионных героев анимации и фильмов приходится 60% от объёма всех лицензионных игрушек.

Основной вклад в рост рынка брендированной продукции внесли мягкие игрушки: на них пришлось более половины от всех дополнительных продаж. На втором месте – конструкторы, машинки и прочий игрушечный транспорт, настольные игры. Традиционно лидируют в категории куклы, персонажи (мягкие игрушки), фигурки героев.

Активно покупали лицензии и производители одежды, обуви, канцелярии и товаров для творчества, мебели, посуды и предметов детской гигиены.



Установку поддержал и мировой рынок игрушек: доля лицензий в отрасли составляет 28% от продаж всех игрушек.

В феврале 2023 года в ходе Съезда производителей игр и игрушек АИДТ представила рейтинг анимационных студий.

Лидером нового исследования стала ГК «СОЮЗМУЛЬТФИЛЬМ», на втором месте – ГК «РИКИ». Замыкает тройку лидеров ООО «СТУДИЯ «ПАРОВОЗ». Далее следуют ГК «МАША И МЕДВЕДЬ» и ООО «СТУДИЯ «МЕТРАФИЛЬМС».

Последняя удвоила свою выручку по сравнению с прошлым годом. Для компаний, выпускающих лицензионную продукцию, АИДТ организует консультации на тему защиты интеллектуальной собственности, борьбы с контрафактной продукцией, оформления прав на объекты интеллектуальной собственности. Эта опция пользуется у участников Ассоциации большим спросом, особенно в ходе работы Делового клуба на главном отраслевом событии – федеральном Конгрессе ИДТ.

ГЛАВНЫЕ КРИТЕРИИ ИДТ – БЕЗОПАСНОСТЬ И КАЧЕСТВО

Приоритетами в работе АИДТ и её участников остаются повышение безопасности и повышение качества товаров для детей. Эти критерии находят и в фокусе постоянного внимания государственной политики в сфере промышленности детских товаров, и ключевым требованием к деятельности организаций.

Характеристика нормативной правовой базы по регулированию отношений в сфере индустрии, возникающих при оценке соответствия детских товаров, регулируется Федеральным законом «О техническом регулировании» от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ, Федеральным законом «О стандартизации в Российской Федерации» от 29 июня 2015 г. № 162-ФЗ, Федеральным законом «Об аккредитации в национальной системе аккредитации» от 28 декабря 2013 г. № 412-ФЗ.

Техническое регулирование детских товаров – одна из сложнейших сфер для производителей по подтверждению качества своей продукции.

Перед выпуском на рынок изделие для детей подвергается процедуре обязательной оценки (подтверждения) соответствия требованиям технических регламентов. То есть любой детский товар должен получить государственную регистрацию с последующим декларированием соответствия или сертификации.

АИДТ проводит экспертное сопровождение технического регулирования индустрии, инициирует обновление стандартов в соответствии с международными требованиями, оказывает консультативную и юридическую поддержку участникам Ассоциации.

Среди инициатив Ассоциации – создание Межотраслевого совета по техническому



регулированию и стандартизации в индустрии товаров и услуг для детей при Минпромторге России и Межгосударственного технического комитета при Евразийской экономической комиссии.

МАРКИРОВКА ДЕТСКОЙ ПРОДУКЦИИ: ЗА И ПРОТИВ

В России планируют постепенно вводить цифровую маркировку детских товаров. В частности, будут маркировать одежду и обувь, постельное бельё, антисептики для детей, велосипеды, кресла-коляски.

Пилотным проектом по маркировке детских товаров станут игрушки: с 1 декабря 2023 года по 1 декабря 2024 года планируется проведение эксперимента цифровой маркировки кукол, конструкторов, настольных игр.

Предполагается, что обязательная маркировка игрушек будет введена в 2025–2026 годах.

Сам по себе проект вызывает много споров и опасений в сообществе производителей игрушек. С одной стороны, как показала мировая практика, маркировка позволит бороться с контрафактной продукцией. А с другой – компании индустрии опасаются, что им придётся нести серьёзные затраты на оцифровку своего бизнеса для того, чтобы система прослеживаемости могла функционировать на производствах. Поэтому в случае введения маркировки АИДТ будет настаивать на мерах государственной поддержки отрасли. Этой теме будет отведена отдельная сессия на Съезде производителей школьной формы, который пройдёт с 27 по 29 сентября 2023 года в Экспоцентре.



Также в Ассоциации уверены, что маркировать прежде всего следует продукцию, в отношении которой выявлено наибольшее число проблем по соблюдению обязательных требований, имеющих повышенный риск при использовании детьми, а также с долей незаконного оборота на рынке.

РАСШИРЕНИЕ ПЕРЕЧНЯ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ С ЛЬГОТНЫМ НДС

Более 10 лет Ассоциация работает на расширение перечня детских товаров с льготным НДС. По просьбе Минпромторга России АИДТ примет участие в подготовке изменений в Постановление Правительства РФ от 31 декабря 2004 г. № 908. Изменения НК РФ должны быть отражены в постанов-

лении № 908, иначе применение льготной ставки НДС невозможно. Чтобы учесть все виды товаров, на которые будет распространяться эта норма НК РФ, АИДТ проводит заседания с участием производителей по каждой категории товаров.

Федеральный закон «О внесении изменений в статью 164 второй части Налогового кодекса Российской Федерации» расширит перечень детских товаров, облагаемых НДС по ставке 10%. В связи с расширением перечня необходимо, чтобы все коды классификаторов ОКПД 2 и ТН ВЭД товаров в проекте закона были включены в постановление № 908, иначе льгота не будет применяться к товару. Буквально к аналогу изделия, который есть в перечне, но выполнен из другого материала, будет применяться НДС в 20%.





«КОЛОМЕЕВ» – ФАБРИКА НОВОГОДНЕГО НАСТРОЕНИЯ

В КАЖДОЙ ИГРУШКЕ ЕСТЬ ЧАСТИЧКА ДУШИ ЕЁ СОЗДАТЕЛЯ

Новый год – любимое время не только детей, но и взрослых. Общенациональным праздником Новый год стал в советское время. Именно тогда зародилась традиция наряжать ёлку стеклянными игрушками, которые хранились с особым трепетом и передавались из поколения в поколение. Ёлочные игрушки, бережно уложенные в вату, каждый год доставались из коробки, чтобы принести радость.

СОХРАНЯЯ СЕМЕЙНЫЕ ТРАДИЦИИ

Игрушки «из детства» навевают тёплые воспоминания. У наших соотечественников особые чувства ко всему, что связано с временами СССР. Ностальгия по советским ёлочным игрушкам, которые бережно хранят и передают из поколения в поколение, дала толчок к увеличению числа коллекционеров. Мы поддерживаем стилистику дизайна игрушек советских времён, даём возможность ознакомиться с ними новому поколению.

Среди ностальгирующей классики можно найти сказочных героев, популярных в 1950-х гг., знаменитую «съедобную» серию и, конечно же, часы, показывающие «без пяти двенадцать».

Традиционно украшение новогодней ёлки – совместный процесс, в котором участвуют все члены семьи – от мала до велика. Каждый вносит свой посильный вклад, свою изюминку от идеи до завершения наряда зелёной красавицы. Ожидание праздника, подготовка к нему объединяют, создают особенное новогоднее настроение, веру в сказку, в совершение чудес. Игрушки на ёлку выбирают с трепетом и любовью к своей семье, каждая хранит свою особенную историю, несёт сквозь годы память о каком-то событии.

В некоторых семьях принято дарить родным игрушки, символизирующие знаковые события, которые произошли в этом году: например, фигурку младенца, если в семье родился малыш, фигурку ангелочка после его крещения.

НИКОЛАЙ НИКОЛАЕВИЧ КОЛОМЕЕВ,
ОСНОВАТЕЛЬ ФАБРИКИ НОВОГОДНЕГО
НАСТРОЕНИЯ «КОЛОМЕЕВ»:

«ИДЕЯ НЕОБЫЧНОГО ПРАЗДНИЧНОГО БИЗНЕСА ПРИШЛА КО МНЕ В 2009 ГОДУ, В ТОТ САМЫЙ МОМЕНТ, КОГДА МЫ НАРЯЖАЛИ НОВОГОДНЮЮ ЁЛКУ С ДВУХЛЕТНИМ СЫНОМ. В ТО ВРЕМЯ Я РАБОТАЛ В КОМПАНИИ, КОТОРАЯ ЗАКУПАЛА ИГРУШКИ В ЕВРОПЕ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ В РОССИИ. МОЕЙ ЖЕ МЕЧТОЙ СТАЛО ВОЗРОЖДЕНИЕ ТРАДИЦИЙ ИЗГОТОВЛЕНИЯ СТЕКЛЯННОЙ ЁЛОЧНОЙ ИГРУШКИ В СТИЛЕ СССР».

Первый контракт не заставил себя ждать: в том же году компания отправила на Дальний Восток целый вагон стеклянных новогодних игрушек, которые вызвали восторг у местных жителей и моментально разошлись по домам, заменив пластиковые игрушки, заполонившие на тот момент рынок.

Один из крупнейших российских производителей и поставщиков стеклянных ёлочных игрушек.

В концепцию нашего бренда заложен основополагающий принцип: «Нести радость,

праздник и взрослым, и детям». Ёлочные украшения бренда «КОЛОМЕЕВ» популярны у покупателей всех возрастов и вызывают только тёплые чувства. Мы производим серии стеклянных ёлочных шаров и формовой игрушки, позволяющие стилизовать новогоднюю ёлку на любой вкус.

Наши игрушки расписаны в различных техниках графического и пейзажного рисунка, русского народного творчества. Также особое место в ассортименте занимают игрушки с изображениями героев всем любимившихся советских мультфильмов по лицензиям Союзмультфильма и «СТС Медиа».

Ежегодные серии игрушек «Символ года» никого не оставляют равнодушными, всем хочется повесить на свою домашнюю ёлку хотя бы одну новую игрушку – символ предстоящего года: мышонка, зайчика, тигра или дракона.

Бережно храня наше культурное наследие, мы производим куклы под ёлку – деда-мороза и снегурочку. Материалы, из которых произведены наши игрушки, являются безопасными и сертифицированными.

Каждый год команда наших мастеров и дизайнеров не только выпускает на рынок новые серии ёлочных украшений, но и перевыпускает уже любимившиеся всем винтажные коллекции.

Практически каждый житель страны хотя бы раз в жизни видел наши ёлочные игрушки, ведь перед наступлением Нового года нашей продукцией украшаются студии федеральных телеканалов страны, витрины магазинов и домашние ёлки. Поставки наших ёлочных игрушек на полки магазинов осуществляются во все регионы России, а также в страны СНГ.

СОВРЕМЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО

«ЮниОпт» – компания полного цикла, имеющая собственное дизайн-бюро и две производственные площадки. Основное производство находится в Брянской области, в городе Новозыбкове. Здесь расположены цеха по ручной выдувке шаров и формовой игрушки, цех по серебрению, лакированию, сушке и художественной росписи.

Открыв дополнительные цеха по ручной росписи игрушек, фабрика обеспечивает рабочими местами жителей Брянска и Калуги.

Склад и офисы продаж расположены в Москве и Московской области. В этом году открыт шоурум в Москве для всех желающих ознакомиться с продукцией.

Команда – главная ценность компании, складывающаяся годами. Сегодня численность штата компании составляет более 150 человек. Среди наших сотрудников есть опытные мастера-стеклодувы, художники-оформители, дизайнеры, контролёры качества, сборщики, упаковщики, водители, сотрудники склада и квалифицированные менеджеры.

- 16 МЛН – СТОЛЬКО ЁЛОЧНЫХ ИГРУШЕК ПРОИЗВЕЛА ФАБРИКА НОВОГОДНЕГО НАСТРОЕНИЯ «КОЛОМЕЕВ», СТАВ ОДНИМ ИЗ ЛИДЕРОВ НОВОГОДНЕЙ ИНДУСТРИИ В СТРАНЕ;
- НАША ПРОДУКЦИЯ ПРЕДСТАВЛЕНА НА ПОЛКАХ МАГАЗИНОВ, ВХОДЯЩИХ В ТАКИЕ КРУПНЫЕ ФЕДЕРАЛЬНЫЕ СЕТИ, КАК «АШАН», «ЛЕРУА МЕРЛЕН» И «X5 RETAIL GROUP»;
- СРЕДИ НАШИХ ПАРТНЁРОВ – НЕ ТОЛЬКО КРУПНЕЙШИЕ ТОРГОВЫЕ СЕТИ, НО И ОКОЛО 300 ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ СРЕДНЕГО И МАЛОГО СЕГМЕНТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ПО ВСЕЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ОТ КАЛИНИНГРАДА ДО ВЛАДИВОСТОКА.

Наши мастера являются представителями классической советской школы и создают поистине сказочные стеклянные ёлочные игрушки и украшения. Имея богатый опыт росписи по стеклу, наши волшебники филигранно наносят узоры на игрушки, благодаря чему обычный ёлочный шар превращается в неповторимое произведение искусства!

КАК СОЗДАЁТСЯ ЁЛОЧНАЯ ИГРУШКА

С большой любовью: в каждой игрушке есть частичка души её создателя. Процесс производства стеклянной ёлочной игрушки – ручной труд, в котором задействовано несколько специалистов из разных цехов. Они трудятся весь год, чтобы полки магазинов нашей страны были заполнены ёлочными





игрушками разнообразных форм, цветов и размеров, но неизменно высокого качества.

Ёлочные игрушки делают из полых стеклянных трубок, называемых дротами. Отрезок трубки нагревают газовой горелкой, растягивают и отделяют горячий кусок для работы. В процессе выдувания стекло постоянно нагревают, через «усик» мастер вдвигает внутрь воздух, дозируя его количество, поворачивая заготовку над пламенем и доводя игрушку до определённого диаметра. Погрешность диаметра допускается в миллиметр, незаметный глазу.

Каждая игрушка изнутри покрывается серебром, которое подчёркивает яркость и насыщенность современных красок, обеспечивающих глянцевое, матовое или опаловое покрытие в зависимости от не-

обходимого результата – этот процесс называется серебрением.

Далее игрушку отправляют на окрашивание: мастер опускает её за «усик» на несколько секунд в лак, а затем помещает в сушильный шкаф. После сушки проверяют, нет ли подтёков, и отправляют на роспись художнику.

На финальном этапе художники-оформители вручную расписывают игрушки. В конце процесса росписи игрушку присыпают блёстками (глиттером), декорируют стразами или текстильными элементами.

Ёлочные шары, которые остаются прозрачными, называются «гольё». Такие шары тоже расписывают, оставляя фон прозрачным, и иногда кладут в них наполнители: искусственный снег или другие мелкие декорирующие элементы.

После росписи игрушке отрезают усик, надевают зажим для подвешивания и упаковывают в индивидуальную коробку: игрушка готова.

ДОБРЫЕ ИГРУШКИ

В Подмоскowie уже несколько лет открывают «добрые комнаты» в больницах, чтобы маленькие пациенты легче перенесли стрессовую ситуацию и пребывание вне дома. На благотворительный проект не тратят бюджетные деньги.

Фабрика новогоднего настроения «КОЛОМЕЕВ» четвёртый год подряд принимает участие в данном проекте, закупая оборудование, мебель, шведские стенки для физиотерапевтических кабинетов, тематически оформляет игровые зоны ожидания медицинских процедур. В таких благоустроенных

пространствах детям намного комфортнее посещать поликлинику, ведь они могут весело и с пользой проводить время в современном игровом пространстве вместе со сверстниками.

ПЛАНЫ НА БУДУЩЕЕ

Наша компания развивается и, как говорят, «идёт в ногу со временем». Мы ежегодно инвестируем в развитие технической базы, осваиваем новое оборудование, расширяем производство и увеличиваем штат.

В ближайшее время в планах компании – открытие инновационного музея ёлочной игрушки в Подмоскowie. В нём дети и взрослые смогут интересно провести время, узнать новую для себя информацию, научиться самостоятельно расписывать игрушки. Музей станет образовательным центром для местного населения, где жители смогут получать новые профессии и рабочие места.

ЧТО БУДЕТ В ТРЕНДЕ НА НОВЫЙ, 2024 ГОД

Неизменными хитами каждый год становятся игрушки-символы наступающего года по восточному календарю. В этом году товары с изображением дракона или же в форме дракона будут самыми популярными новогодними игрушками.

По цветовому решению оформления новогодней ёлки по-прежнему лидируют классические цвета: золотой, серебряный, синий и красный.

Подготовила Светлана Кныш





KOLOMEEV IS A FACTORY OF NEW YEAR MOOD

EACH TOY HAS A PIECE OF ITS CREATOR'S SOUL

New Year is a favorite time not only for children, but also for adults. New Year became a national holiday in Soviet times. It was then that the tradition of decorating the Christmas tree with glass toys was born, which were kept with special care and handed down from generation to generation. Christmas tree toys, carefully placed in absorbent cotton, were taken out of the box every year to bring joy.

PRESERVING FAMILY TRADITIONS

Toys “from childhood” bring back warm memories. Our compatriots have special feelings for everything connected with the times of the USSR. The nostal-

gia for Soviet Christmas toys, carefully preserved and handed down from generation to generation, gave an impetus to the growth of the number of collectors. We support the design style of Soviet toys and give the new generation an opportunity

to get acquainted with these toys.

Among the timeless classics you can find fairy tale characters popular in the 1950s, the famous “edible” series and, of course, the clock showing “five minutes to twelve”.

Traditionally, decorating a Christmas tree is a collaborative process that involves all members of the family, from the youngest to the oldest. Everyone makes their contribution, their zest, from the idea to the completion of the outfit of the green beauty. The anticipation of the holiday, the preparation for it unite, create a special New Year mood, belief in the fairy tale, belief in the fulfilment of miracles. Toys for the Christmas tree are chosen with trepidation and love for their family, each of them keeps its own special story, carrying through the years the memory of some event.

In some families, it is customary to give their relatives toys that symbolize significant events that have occurred this year - for example, a figurine of a baby if a baby was born in the family, a figurine of an angel after baptism.

**NIKOLAI NIKOLAYEVICH KOLOMEEV,
FOUNDER OF THE NEW YEAR'S MOOD
FACTORY KOLOMEEV:**

“THE IDEA OF AN UNUSUAL HOLIDAY BUSINESS CAME TO ME IN 2009, WHEN WE WERE DECORATING THE CHRISTMAS TREE WITH OUR TWO-YEAR-OLD SON. AT THAT TIME I WAS WORKING IN A COMPANY THAT BOUGHT TOYS IN EUROPE FOR PRODUCTION IN RUSSIA. MY DREAM WAS TO REVIVE THE TRADITION OF MAKING GLASS CHRISTMAS TREE TOYS IN THE STYLE OF THE USSR.

The first order wasn't long in coming: that same year, the company sent a whole truckload of glass Christmas toys to the Far East, which delighted the locals and replaced the plastic toys that filled the market at the time.”

One of the largest Russian manufacturers and suppliers of glass Christmas tree toys.

The concept of our brand is based on the basic principle: “To bring joy and festivity to both adults and children.” Christmas tree decorations of the brand “Kolomeev” are popular among customers of all ages and cause only warm feelings. We produce a series of glass Christmas tree decorations and molded toys that allow to stylize the Christmas tree for any taste.

Our toys are painted in various techniques of graphic and landscape painting, Russian folk art. A special place in the assortment are also toys with images of characters from popular Soviet cartoons under the license of Soyuzmultfilm and STS media.



The annual series of toys “Symbol of the Year” leaves no one indifferent, everyone wants to hang on their Christmas tree at least one new toy – a symbol of the coming year: a mouse, a rabbit, a tiger or a dragon.

Carefully preserving our cultural heritage, we produce dolls under the tree – Santa Claus and Snow Maiden. The materials used to make our toys are safe and certified.

Every year our team of craftsmen and designers releases not only new series of Christmas tree ornaments, but also re-releases vintage collections that are already beloved by everyone.

Almost every citizen of the country has seen our Christmas trees at least once in his life, because before the New Year our products are decorated with studios of federal TV channels of the country, shop windows and Christmas trees at home. Our Christmas tree toys are delivered to all regions of Russia, as well as to the CIS countries.

MODERN PRODUCTION

UniOpt is a full-cycle enterprise with its own design office and two production sites. The main production plant is located in the Bryansk region, in the town of Novozybkov. There are workshops for hand-blowing of balls and molded toys, a workshop for silvering, varnishing, drying and artistic painting.

Having opened additional workshops for hand-painted toys, the factory provides jobs for residents of Bryansk and Kaluga.

The warehouse and sales offices are located in Moscow and the Moscow region. This year a showroom was opened in Moscow for those who want to get acquainted with the products.

The team is the main asset of the company that has been formed over the years. Today the number of employees of the company is more than 150 people.

Among our employees there are experienced glass blowers, decorators, designers, quality controllers, assemblers, packers, drivers, warehouse staff and qualified managers.

Our masters are representatives of the classical Soviet school and create truly fabulous glass Christmas tree toys and Christmas decorations. Having rich experience in glass painting, our wizards create filigree patterns on the toys, thanks to which an ordinary Christmas tree ornament turns into a unique work of art!



– 16 MILLION – THAT IS HOW MANY CHRISTMAS TREE TOYS KOLOMEEV NEW YEAR'S MOOD FACTORY HAS PRODUCED, BECOMING ONE OF THE LEADERS OF THE CHRISTMAS INDUSTRY IN THE COUNTRY.

– OUR PRODUCTS ARE AVAILABLE ON THE SHELVES OF STORES OF SUCH LARGE FEDERAL CHAINS AS ASHAN, LEROY MERLIN AND X5 RETAIL GROUP.

– OUR PARTNERS INCLUDE NOT ONLY THE LARGEST RETAIL CHAINS, BUT ALSO ABOUT 300 REPRESENTATIVES OF THE SMALL AND MEDIUM RETAIL SEGMENT THROUGHOUT THE RUSSIAN FEDERATION: FROM KALININGRAD TO VLADIVOSTOK.

HOW IS A CHRISTMAS TREE TOY MADE

With a lot of love: each toy has a piece of the soul of its creator. The process of making a glass Christmas tree toy is a manual work that involves several specialists from different workshops. They work throughout the year so that the shelves of stores in our country are filled with Christmas tree toys of different shapes, colors and sizes, but of consistently high quality.

Christmas tree ornaments are made of hollow glass tubes called "throat". A section of the tube is heated with a gas torch, stretched, and the hot piece is separated for working. In the process of blowing, the glass is constantly heated, through the "tendril" the master blows air inside, doses its amount, turns the workpiece over the flame and brings the toy to a certain diameter. The error of diameter is allowed in millimeters, imperceptible to the eye.

Each toy is coated with silver from the inside, which enhances the brightness and saturation of modern paints that provide a glossy, matte or opalescent coating, depending on the desired result – this process is called silvering.

Next, the toy is sent for coloring – the master dips it by the "tendril" for a few seconds in the varnish and then places it in a drying cabinet. After drying, they check that there are no drips and send it to the artist for painting.

In the final stage, the decorators paint the toys by hand. At the end of the painting process, the toy is sprinkled with glitter, decorated with rhinestones or textile elements.

Christmas tree ornaments that remain transparent are called "golyo". Such ornaments are also painted, but the background remains transparent, and sometimes fillers are added – artificial snow or other small decorative elements.

After painting, the toy is cut off a tendril, put on a clip for hanging and packed in an individual box: the toy is ready.



KIND TOYS

In the Moscow region, "Kind Rooms" have been opened in hospitals for several years to make it easier for young patients to endure stressful situations and stay away from home. The charity project does not use any budget funds.

For the fourth year in a row, Kolomeev New Year's Mood Factory is participating in this project, buying equipment, furniture, Swedish walls for physiotherapy rooms, and thematically decorating play areas waiting for medical procedures. Such decorated spaces make it much more comfortable for children to visit the clinic, as they can spend time with their friends in a modern play space in a fun and useful way.

Plans for the future

Our company is developing and, as they say, "keeping up with the times". Every year we invest in the development of the technical base, master new equipment, expand production and increase the number of employees.

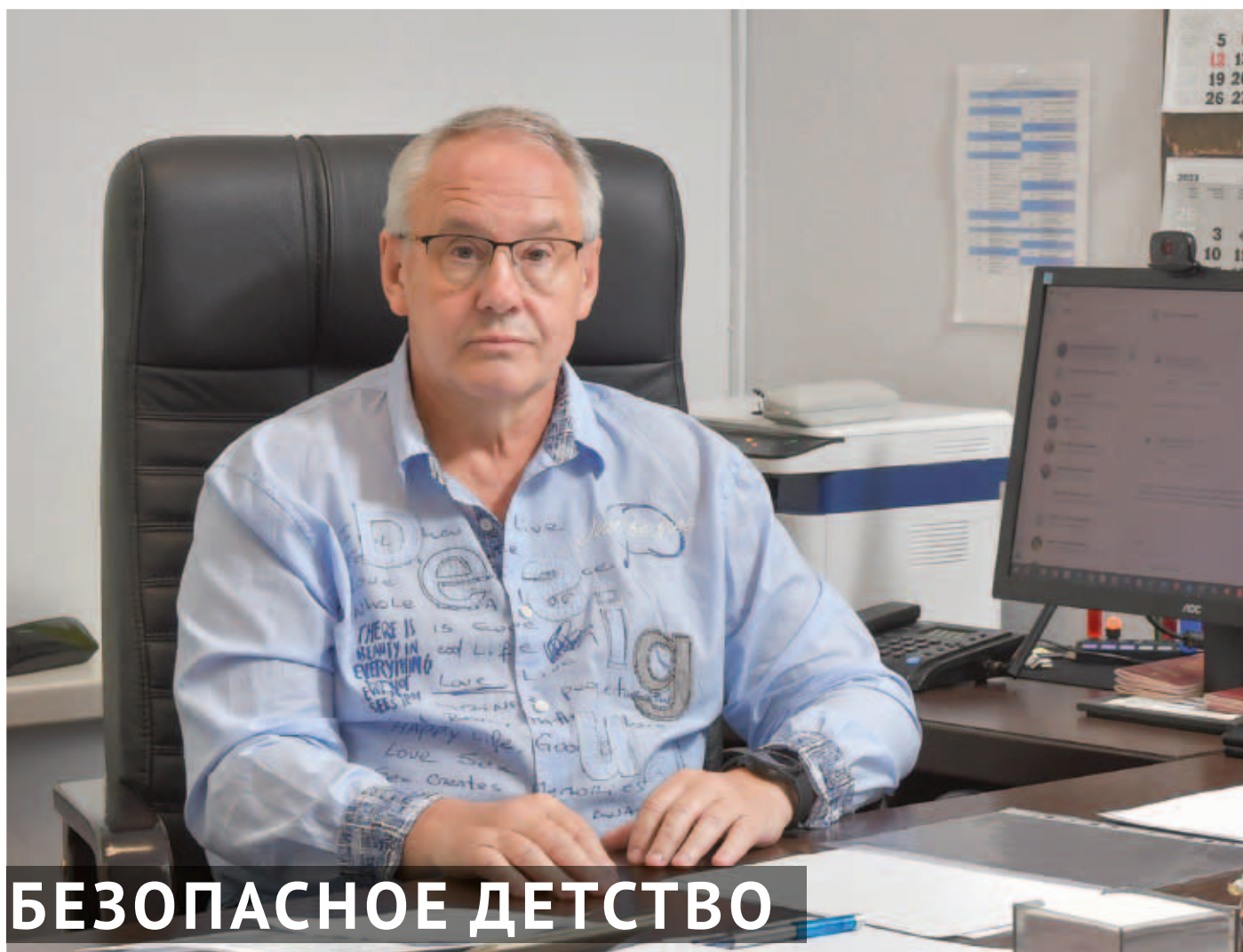
In the near future the company plans to open an innovative museum of Christmas tree toys in the Moscow region. Here children and adults will be able to spend an interesting time, learn new information and learn how to paint toys themselves. The museum will become an educational center for the local population, where people can learn new professions and jobs.

WHAT WILL BE THE TREND FOR THE NEW YEAR 2024

Toys with the symbols of the coming year according to the Eastern calendar are a constant hit every year. This year, products with the image of a dragon or in the shape of a dragon will be the most popular New Year toys.

As for the color scheme of Christmas tree decorations, the classic colors – gold, silver, blue and red – are still leading.

Prepared by Svetlana Knysch



БЕЗОПАСНОЕ ДЕТСТВО

Детские площадки и парки аттракционов сегодня быстро развиваются. Сейчас уже сложно представить благоустройство городской среды без появления новой яркой конструкции в центре площадки. Более 10 000 объектов в разных городах страны было оборудовано новыми детскими игровыми объектами и спортивными комплексами за 2021-2022 годы. Однако, учитывая рост числа многодетных семей и развитие социальной инфраструктуры в целом, таких объектов должно быть гораздо больше. Жилые районы Центральной России очень нуждаются в соответствующих комплексах, рассчитанных на большое количество юных жителей, и речь не только о внутридворовой жизни. У населения есть вполне конкретный запрос на открытие новых парков с аттракционами для времяпрепровождения всей семьёй. Конечно, сейчас необходимо учитывать политическую обстановку: многие компании, ушедшие с рынка, задавали определённый темп и тенденции в развитии отрасли. Тем не менее среди отечественных производителей немало умеющих создавать конструкции на высшем уровне, с соблюдением всех необходимых требований.

О возможностях и дальнейших планах российских поставщиков аттракционов нашему журналу рассказал Андрей Плесков, руководитель группы компаний «Аттракцион-Экспо» и «Межрегиональный сертификационный центр».

– Андрей Глебович, расскажите, пожалуйста, что изменилось за время существования вашей компании, какими результатами вы гордитесь?

– Два технических регламента, которые действуют сейчас (ТР 038 и ТР 042), играют заметную роль в обеспечении безопасности эксплуатации игрового и развлекательного оборудования. Основные его пользователи – дети, и отрадно, что эти два регламента по-

вливали на их безопасность в положительную сторону. И мы гордимся, что принимаем участие в законотворчестве, в обсуждении изменений в стандартах, высказываем свою точку зрения по поводу определённых дополнений в технические регламенты. Идёт большая общая работа, в которой принимают участие все заинтересованные представители профессионального сообщества. Если иметь в виду и аттракционы, и детские

площадки, то это большое количество людей, которые заботятся о безопасности детей.

Какие ещё успехи нашей компании хотелось бы отметить... Мы развиваемся, не стоим на месте. Стараемся повышать качество нашей работы: сегодня если мы создаём парк, то не просто ставим набор аттракционов, а заботимся о благоустройстве территории, создании комфортной среды, которая будет притягивать людей. Возьмём, например, парки в маленьких городах. Есть особенности посещения большого парка: это место, куда люди приходят на длительное время, минимум на 2-3 часа. Они покатались на аттракционах, перекусили, отдохнули, сфотографировались, ребёнок побегал, родители отдохнули. В маленьких городах это немножко другая идеология. Это место, куда люди приходят на большие праздники: 9 Мая, например, День города; это что касается аттракционов. А в обычные дни туда ходят в основном посетители, которые живут рядом. Мама идут гулять с колясками, с дошколятами и младшими школьниками. И они должны себя чувствовать там комфортно. Понятно, что это требует определённого финансового ресурса. Но это место, куда они вышли погулять, передохнуть. Если они приходят в парк аттракционов и вме-



На фото: Май 2023 года, Москва, ул. Хачатуряна, район Отрадное. Новый аттракцион – колесо обозрения высотой 32 метра. Поставку, монтаж и запуск аттракциона осуществляли специалисты компании «Аттракцион-Экспо»

сто отдыха ощущают напряжение, это «со- всем не тот эффект». А если всё хорошо продумано и мама может спокойно смотреть за тем, как ребёнок перемещается от одного аттракциона к другому, находясь в поле зрения, то она может немного передохнуть. Набегавшись и выплеснув эмоции, семья отправляется на обед и тихий час домой. А позже начинается вечерний променада, и парк снова оживает.

В парки маленьких городов дети приходят каждый день. И надо сказать, что администрации сейчас создают зоны отдыха, где аттракционы – платная услуга, а рядом стоят детские городки, куда с ребёнком можно прийти бесплатно, чтобы он мог просто ползать и поиграть. И такими площадками мы тоже занимаемся. Оборудование и покрытие там безопасное. У родителей есть выбор: хотят ли они получить платную услугу или воспользоваться такой площадкой. Но и то и другое должно, конечно, быть совершенно безопасным. Родители должны быть в этом уверены.

– Расскажите, пожалуйста, на примере конкретной площадки чем именно занимается ваша компания?

– Много лет подряд в Отрадном (это достаточно большой московский район, в котором проживает порядка 150 тыс. человек) у нас работала площадка аттракционов.

Когда мы туда пришли, то должны были привести в порядок территорию. Установили аттракционы, было сделано ограждение, положено ударопоглощающее покрытие, мы принимали участие в посадке деревьев и, конечно, следили за безопасностью посетителей. Это была долгосрочная акция, мы несколько лет в этом парке сажали деревья, разбивали клумбы, причём это была именно наша инициатива. Создавали все условия для приятного отдыха жителей. Здесь вопрос не только заработка: делая свою работу, мы хотели создать по-настоящему комфортную среду для посетителей. И исходя из расчёта, что ребёнок приходит на площадку аттракционов в три года, а мы проработали 14 лет: у нас реально выросло два поколения. Дети, пришедшие на площадку в 7-10 лет, позднее, будучи взрослыми, привели на неё своих детей. Я считаю, что это и есть настоящая оценка качества нашей работы. Более того, когда ты работаешь на площадке столько лет, ты уже знаешь всех посетителей, это другие, более доверительные отношения. Это дорогого стоит. У нас большой опыт. Наша компания работает с разными конструкциями и территориями, и это ещё одно её преимущество. Все наши площадки уникальны, но их объединяют качество и ответственный подход сотрудников нашей компании к своей работе.

– Ваша компания много лет проработала в различных парках и скверах столицы, а какие есть планы на будущее: планируете ли расширять географию?

– Конечно, как я говорил, наша компания не стоит на месте, мы развиваемся, имея большой опыт в этой сфере. И нам есть что предложить. Сейчас мы направили предложения в администрации многих городов Подмосковья. Главы городских округов отреагировали на них положительно. Они были очень заинтересованы нашими проектами, поскольку мы готовы и максимально включаться в процесс благоустройства, и встраивать наши модели в уже существующие лесопарковые территории. Подмосковье богато на зелёные зоны, и сейчас необязательно привязывать, например, детскую площадку только к дворовой территории. Нам есть чем порадовать население. Мы готовы вкладывать средства в развитие территории. Если администрация хочет благоустройство – мы готовы, если аттракционы – пожалуйста. Если есть запросы на конкретные аттракционы, наша компания готова рассмотреть их. Поскольку «Аттракцион-Экспо» достаточно давно работает в этом направлении, у нас очень хорошие отношения с производителями российских аттракционов и с некоторыми европейскими производителями. И у нас есть возможность получить необходимое



На фото: Июнь 2023 года, открылся новый парк аттракционов в Долгопрудном. Проект полностью реализуется компанией «Аттракцион-Экспо»: от разработки проекта, подбора и поставки аттракционов, благоустройства территории и монтажа до обслуживания аттракционов

оборудование, установить его и эксплуатировать. Мы – за то, чтобы это было безопасное и удобное пространство. И очень важно, чтобы люди, которые получают эти услуги, были довольны результатом и сказали спасибо и нам, и представителям администрации за грамотно обустроенное пространство.

– Как вы подбираете специалистов в компанию? Как обучаете новичков?

– Мы, как вы понимаете, в парковом бизнесе и вопросах эксплуатации аттракционов давно и наработали солидный опыт. Мы – одна из крупнейших компаний в Москве по эксплуатации аттракционов. У нас только операторов в штате 150 человек; плюс электрики, механики и так далее. Что касается сотрудников, конечно, принимая новых, мы их в первую очередь обучаем. Руководящие должности у нас занимают специалисты с большим практическим опытом работы.

Вот, например, операторы – сезонный персонал, но мы каждого из них обучаем. Оператор – это главное звено в безопасности посетителя на аттракционе. Задача директора, главного инженера, администратора – научить оператора правильно исполнять свои обязанности. За жизнь и здоровье людей и техническое состояние в первую очередь отвечают оператор, электрик, механик. В нашей работе это те самые солдаты на передовой, чья ошибка может дорого стоить, а её последствия – коснуться и администратора, и инженера, и директора. Сейчас, к сожалению, в квалификационном справочнике нет такой специальности, как «оператор аттракциона», есть только «посадчик». Это немного непонятно для меня, и вместе со многими коллегами мы пытаемся внести какие-то дополнения в формулировку документа, но пока каких-то кардинальных изменений не происходит.

Каждого оператора мы обучаем с нуля, объясняя ему наши принципы работы, подходы к обеспечению безопасности, наше

понимание, как должна выполняться работа. У нас достаточно строгая дисциплина. Такой подход даёт результаты: операторов, работавших в нашей компании, конкуренты берут с большим удовольствием, потому что все знают, что они прошли хорошую школу и хорошо подготовлены.

– Работа в вашей сфере достаточно ответственная, берёте ли вы студентов?

– У нас весь коллектив молодой. Когда-то, в начале 2000-х гг., когда мы были молодыми и дерзкими, этой индустрии «эксплуатации аттракционов» вообще не существовало. Точнее, она была и в советское время курировалась государством. Однако позднее стало понятно, что нет чётких требований в этой отрасли: ни ГОСТов, ни регламента. Появилась Российская ассоциация производителей аттракционов, затем – САПИР. Все те, кто был заинтересован в этом бизнесе, регулярно встречались на профильных выставках. За 20 лет мы обросли колоссальными связями: у меня есть друзья и знакомые по всей России. И получается, что именно мы своими руками создали эту индустрию. Это не просто сообщество, это живой организм: мы общаемся не только по работе, мы знаем детей, внуков друг друга. Я могу прямо сейчас позвонить в Новосибирск или Сахалин: у нас там объекты, и наши клиенты стали для нас друзьями. Мы повзрослели, а в этой отрасли появились новые «молодые и дерзкие». Наша задача – передать им наш опыт. А когда придёт время (а поверьте: 20 лет пролетят незаметно), уже они станут ареопагами для новых представителей этой развлекательной отрасли.

Поэтому, конечно, мы привлекаем студентов. По окончании учебного года всегда наблюдается всплеск количества студентов, желающих прийти к нам на подработку. Но мы берём и возрастных операторов. Я считаю, что пенсионеры, у которых ещё остались силы и энергия, благодаря своему большому жизненному опыту – ценные сотрудники.

КОМПАНИЯ «АТТРАКЦИОН-ЭКСПО»

СОЗДАНА В 2009 ГОДУ. ПОЗДНЕЕ, В 2010-М, ПОЯВИЛСЯ МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ СЕРТИФИКАЦИОННЫЙ ЦЕНТР, ЗАТЕМ – ИСПЫТАТЕЛЬНАЯ ЛАБОРАТОРИЯ. ГЛАВНЫМ НАПРАВЛЕНИЕМ В ТО ВРЕМЯ БЫЛИ ИМЕННО АТТРАКЦИОНЫ И РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ, БОЛЬШАЯ ЧАСТЬ СОТРУДНИКОВ МСЦ ДО ЭТОГО РАБОТАЛА В ОРГАНИЗАЦИЯХ ПО ЭКСПЛУАТАЦИИ АТТРАКЦИОНОВ. КОМПАНИЯ ИМЕЛА НЕПОСРЕДСТВЕННОЕ ОТНОШЕНИЕ К КОЛЕСУ ОБЗОРА В ПАРКЕ 850-ЛЕТИЯ МОСКВЫ. АТТРАКЦИОНЫ, АКВАПАРКИ, РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ – ВСЁ ЭТО БЫЛО СФЕРОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ «АТТРАКЦИОН-ЭКСПО».

ТОГДА СЕРТИФИКАЦИЯ НЕ БЫЛА ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ. ПОЗДНЕЕ, С ПРИНЯТИЕМ ТЕХНИЧЕСКОГО РЕГЛАМЕНТА ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА «О БЕЗОПАСНОСТИ АТТРАКЦИОНОВ» (ТР ЕАЭС 038/2016), СИТУАЦИЯ ИЗМЕНИЛАСЬ В КОРНЕ. С ЭТОГО МОМЕНТА ВСЕ АТТРАКЦИОНЫ ДОЛЖНЫ БЫЛИ СООТВЕТСТВОВАТЬ ТРЕБОВАНИЯМ БЕЗОПАСНОСТИ ЭТОГО ДОКУМЕНТА. СЛЕДУЮЩИМ ЭТАПОМ В РАЗВИТИИ СТАЛО ОТКРЫТИЕ ИСПЫТАТЕЛЬНОЙ ЛАБОРАТОРИИ: КОМПАНИЯ ПОЛУЧИЛА АККРЕДИТАЦИЮ НА ПРОВЕДЕНИЕ ОЦЕНКИ ТЕХНИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ АТТРАКЦИОНОВ (ЭТО ЕЖЕГОДНАЯ ПРОЦЕДУРА). В ДАЛЬНЕЙШЕМ «АТТРАКЦИОН-ЭКСПО» АККРЕДИТОВАЛАСЬ НА ТР ЕАЭС 042/2017 «О БЕЗОПАСНОСТИ ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ ДЕТСКИХ ИГРОВЫХ ПЛОЩАДОК». ПАРАЛЛЕЛЬНО ПРИ МСЦ БЫЛ ЗАПУЩЕН УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ЦЕНТР, КОТОРЫЙ ИМЕЕТ ЛИЦЕНЗИЮ НА ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ УСЛУГ ПО ДОПОЛНИТЕЛЬНОМУ ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ ОБРАЗОВАНИЮ И ПОВЫШЕНИЮ КВАЛИФИКАЦИИ. ЗДЕСЬ ГОТОВЯТ СПЕЦИАЛИСТОВ ОТРАСЛИ ПО БОЛЕЕ ЧЕМ 140 ПРОГРАММАМ. КРОМЕ ТОГО, ЗДЕСЬ ПРОХОДИТ ПОДГОТОВКУ ОПЕРАТИВНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ПЕРСОНАЛ, ОБСЛУЖИВАЮЩИЙ АТТРАКЦИОНЫ И АКВАПАРКИ. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД КОМПАНИИ К РАЗВИТИЮ ОТРАСЛИ ДАЁТ РЕЗУЛЬТАТЫ: ЕЁ ОБОРУДОВАНИЕ РАБОТАЕТ В ПАРКАХ СТОЛИЦЫ, А СОТРУДНИКИ, ПРОШЕДШИЕ «ШКОЛУ АТТРАКЦИОН-ЭКСПО», – ОДНИ ИЗ САМЫХ ВОСТРЕБОВАННЫХ В СТРАНЕ.

В нашей компании действует «сухой закон», мы к этому относимся со всей серьёзностью, так как трезвость оператора – важный элемент безопасности. Оператор работает не только тогда, когда аттракцион движется, он должен на своей территории всё видеть и отслеживать.

– Каких специалистов сейчас не хватает в вашей отрасли?

– Очень нужны хорошие электрики и механики. Механик, который работает с аттракционом, должен хорошо его «слышать». Скажем, перегорела лампочка, но это могло случиться и по одной причине, и совершенно по другой, более серьёзной. Такой механик – как врач, следящий за работой организма и большое значение придающий профилактике. Наша компания нацелена на долгое сотрудничество, и у нас есть люди, которые работают в «Аттракцион-Экспо» много лет. Есть уже определённые традиции, свои правила, которые соблюдаются и создают максимально комфортные условия для взаимодействия.

– Расскажите, пожалуйста, подробнее о детских площадках. Возможно, у «Аттракцион-Экспо» есть универсальный проект, который подойдёт для многих городских округов: например, для Московской области?

– В нашей компании ценят уникальность. Сейчас очень много предложений от российских производителей, которые делают действительно интересные элементы. Например, в прошлом году мы монтировали площадку российской разработки, абсолютно инновационную: «Дракон». Это был по-настоящему эксклюзивный вариант, процесс шёл непросто, что-то дорабатывалось на месте, но само решение было очень интересным. Правда, такие проекты встречаются редко, поскольку необходимо затратить большие ресурсы: тут нужны конструктор, проектировщик, архитектор, производитель, монтажники – и все эти специалисты обязательно должны быть профессионалами. Но в то же время, когда заказчики принимают решение по установке того или иного оборудования, они, как правило, хотят, чтобы это были не совсем типовые площадки, а с какими-то уникальными элементами. У нас был потрясающий проект, в рамках которого для каждой площадки были продуманы своя тематика и соответствующие конструкции. Площадки, которые мы монтируем, все уникальные, то есть оборудование не повторяется. Если даже используются элементы, которые, например, понравились пользователям предыдущего проекта, это будет другая компоновка, благодаря чему всё смотрится по-новому.

– Если заказчик уже приобрёл оборудование и просит вашу компанию заняться

монтажными работами, готовы ли вы включиться в этот процесс? Или вы берётесь за объекты только на этапе проектирования?

– Когда мы занимаемся подбором оборудования, вносим в проект те или иные элементы, мы его всегда проверяем на наличие зон безопасности. И за последнее время не раз создавали проекты с нуля. У нас есть дизайнеры, которые создают 3D-модель, благодаря чему заказчик не просто видит всю конструкцию целиком, но и понимает, как она будет встраиваться на ту или иную территорию. Создавая проект, мы уже знаем, какое оборудование туда подойдёт. Наши коммуникации позволяют нам достать практически любое оборудование, нужное заказчику.

Наша компания участвовала в огромном проекте – отель Mriya Resort & SPA в Крыму. Мы включились в работу на этапе технического задания, затем проектировали, несколько лет проводили оценку. Вот и по детским площадкам у нас есть специалисты, которые проверяют проекты на соответствие требованиям технического регламента. Уровень нашей компании в этой области действительно высок, и наш опыт позволяет нам брать за проекты на любом этапе, будь то техническое задание, проектирование, обустройство рекреационной зоны или эксплуатация.



На фото: В парке «Московские сезоны» в районе Свиблово в начале июля 2023 года открылся новый парковый комплекс с большой детской и спортивной площадками. Поставку, монтаж и обслуживание оборудования осуществила компания «Аттракцион-Экспо»

ЕВГЕНИЙ ОЗАР:

«Всех наших покупателей объединяет любовь к качеству, к удобству и к красоте»

Компания «Эксмо» – один из самых узнаваемых российских производителей бумажно-беловой продукции. Потребители товаров «Эксмо» начинают своё знакомство с ассортиментом ещё в период посещения детского сада, активно пользуются в периоды обучения в школе и университете и продолжают использовать в процессе работы или творчества.



«НАША КОМПАНИЯ ГОРДИТСЯ ТЕМ, ЧТО НАШИ ТОВАРЫ ЯВЛЯЮТСЯ ЭСТЕТИЧНЫМИ, ПРАКТИЧНЫМИ И УДОБНЫМИ. МЫ ПОСТОЯННО РАБОТАЕМ НАД УЛУЧШЕНИЕМ КАЧЕСТВА НАШЕЙ ПРОДУКЦИИ, ИСПОЛЬЗУЯ В ТОМ ЧИСЛЕ НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ЧТОБЫ СОТВЕТСТВОВАТЬ ОЖИДАНИЯМ НАШИХ КЛИЕНТОВ».

Сегодня мы общаемся с генеральным директором компании Евгением Озаром и узнаем, как изменился рынок бумажно-беловой продукции и как удерживать интерес покупателей к своей продукции не один десяток лет.

– Евгений Александрович, здравствуйте! Компания «Эксмо» на протяжении многих лет занимает лидирующие позиции на рынке бумажно-беловой канцелярской продукции. Скажите, как изменился данный сегмент рынка за минувший год и какие тенденции стоит ожидать в будущем?

– Мы заметили тенденции к персонализации продуктов, росту популярности позиций с уникальным дизайном и индивидуальным стилем. Потребители всё больше ценят уникальность и индивидуальность и стремятся выделиться на фоне общего потребления. В ближайшие несколько лет ожидаем, что эти тенденции будут сохраняться. Кроме того, с учётом повышенного интереса к электронным устройствам, таким как планшеты и смартфоны, возможно, что некоторые производители начнут внедрять технологии, которые объединяют бумажные и цифровые форматы, чтобы удовлетворить потребности нового поколения потребителей.

– Расскажите о собственном производстве: какова его мощность? Сколько человек задействовано на производственной площадке? Какова структура производства?

– Наша производственная площадка находится в Туле. Типография состоит из основных трёх цехов с численностью коллектива более 150 человек. Это тетрадный цех (все тетради и альбомы на скосе), цех твёрдого переплёта (ежедневники, книги для записей) и цех по производству продукции на гребне и КБС (тетради, скетчбуки). Общая мощность на данный момент – более 40 млн продукции в год. В скором времени будет модернизация оборудования и увеличение производственных мощностей.

– Производство книг в России аномально подорожало в 2022 году. Многие издательства и типографии столкнулись с нехваткой полиграфических мощностей и материалов. Скажите, как вы справились с непростым экономическим периодом?

– Если говорить о сроках производства, то в феврале и марте 2022 года были перебои с поставками расходных материалов, а также лихорадило производство офсетной бумаги. Соответственно, были задержки по срокам изготовления продукции. На данный момент наличие бумаги и картона позволяет планировать сроки производства. «Эксмо»



стабильно растёт в объёмах продаж каждый год, что с уверенностью можно сказать и на будущее.

– **Какие эксклюзивные проекты реализует компания «Эксмо»?**

– С прошлого года мы активно сотрудничаем с различными иллюстраторами и художниками, которые наращивают популярность в онлайн-пространстве. Так, мы выпустили серию тетрадей с забавными опоссумами из комиксов «Ивовый лес» (35K подписчиков в VK), со злободневными запросами из паблика «Слово дня».

Покупателям наскучивают однообразные дизайны и иллюстрации, которые берутся в общедоступных фотостоках, поэтому мы постоянно ищем, как привлечь внимание.

– **Поговорим об отрасли в целом. Каков ваш прогноз развития рынка бумажно-беловой продукции в России в ближайшем будущем?**

– Если говорить о тенденциях, которые будут повлиять на эту отрасль в ближайшем будущем, то это:

1. Рост цифровых технологий. С увеличением доступности электронных книг, смартфонов и планшетов некоторые потребители могут предпочесть электронный вариант обычным книгам и блокнотам. Однако очень многие люди предпочитают ощущение физического продукта, поэтому бумажно-беловая продукция по-прежнему будет иметь свою аудиторию.

2. Экологическое осознание. Растущая осведомлённость о проблемах экологии может повлиять на потребительские предпочтения. Возможно, некоторые потребители будут отдавать предпочтение более экологически чистым альтернативам: например, обложкам из переработанной бумаги или пластика.

3. Новые форматы и инновации. Разработка новых продуктов и инновационных решений может стимулировать спрос на бумажно-беловую продукцию. Например, появление бумажно-электронных гибридов, таких как Moleskine Smart, или усовершенствованных технологий печати может предложить новые возможности и улучшить опыт пользователей.

4. Рынок офисных принадлежностей. Развитие офисных технологий и требований к рабочему пространству может влиять на спрос на соответствующую канцелярию, такую как блокноты, записные книжки, ежедневники и прочие организационные аксессуары.

– **При создании продукции вы ориентируетесь на портрет конечного покупателя. Каков этот портрет?**

– Канцелярские товары являются неотъемлемой частью повседневной жизни многих людей, включая школьников, студентов, офисных работников, художников и просто людей, которые занимаются хобби.



Потребитель наших канцелярских товаров может быть любого возраста и профессии, зависит лишь от коллекции и категории. Но всех их явно объединяет любовь к качеству, к удобству в использовании и к красоте.

Если говорить предметно, то товары для детей дошкольного возраста и младшей школы выбирают, как правило, родители, и они очень следят за качеством. Основные покупатели тетрадей – это студенты и школьники, представители Z-поколения. Те, кто делает выбор в пользу трендовых, оригинальных дизайнов и необычных отделок, потому что им важно выделяться. Если говорить об офисной коллекции, то тут речь о практичных покупателях, которые постоянно что-то записывают и планируют, у них всё должно быть по полочкам, никакого хаоса. Им важны эргономика, лаконичность, компактность, оптимальный листаж, функциональная сетка и линовка. Наши скетчи художников и просто творческих людей.

Мы надеемся, что наша продукция будет сопровождать наших клиентов на всех этапах их жизни и помогать им достигать целей и мечтаний.

– **Считается, что главный тренд последних лет – качественная и дизайнерски интересная продукция. Скажите, а как вам удаётся поддерживать привлекательность своей продукции для покупателей? Какие тренды можете выделить вы?**

– Тенденции в дизайне меняются со временем, и некоторые элементы могут быть более или менее популярны в разное время.

В последние годы наблюдается увеличение спроса в тематике японской культуры, включая аниме и мангу. Она предлагает уникальные и интересные дизайнерские элементы, которые могут быть использованы в различных областях. Это может быть связано с растущим интересом к глобальной культуре в целом.

Наблюдаются новые тренды в отделках, много позиций было выпущено с обложкой из пластика, и нами в том числе. Но только у нас используются новые плёнки с эффектами glitter и rainbow-обложки из дизайнерского картона, которые эксклюзивны в нашем предложении среди производителей в РФ.

– **В чём секрет широкого ареала присутствия и какова формула успешного ведения бизнеса?**

– Если говорить о работе с партнёрами, то нам важно, чтобы все были в выигрыше. Мы постоянно работаем над системой скидок и условиями поставки, разрабатываем маркетинговые активности и POS-материалы для партнёров, чтобы стимулировать продажи и привлекать внимание конечных покупателей к нашей продукции.

Регулярно оцениваем эффективность продаж и прислушиваемся к партнёрам для возможных улучшений в работе и при создании новых коллекций. Обратная связь и обмен идеями помогают укрепить взаимопонимание и улучшить сотрудничество.

Подготовила Виктория Лукьянова

EVGENY OZAR:

“All our customers are united by their love for quality, comfort and beauty”

Eksmo is one of the best-known Russian manufacturers of paper and paper products. Consumers of Eksmo products start getting acquainted with the assortment in kindergarten, actively use it in school and university, and continue to use it in their work or creative process.



Today we talk to Evgeny Ozar, General Director of the company, to find out how the market for paper and paper products has changed and how to keep customers interested in your products for decades to come.

– Evgeny Alexandrovich, hello! Eksmo has been a leader in the paper and stationery market for many years. Tell us how this market segment has changed over the past year and what trends can be expected in the future?

– We have seen a trend towards personalization of products, a growing popularity of items with unique design and individual style. Consumers increasingly value uniqueness and individuality and strive to stand out from the crowd. We expect these trends to continue in the coming years. In addition, with the increased interest in electronic devices such as tablets and smartphones, it is possible that some manufacturers will begin to introduce technologies that combine paper and digital formats to meet the needs of a new generation of consumers.

– Tell us about your own production: what is its capacity? How many people are employed at the production site? What is the structure of production?

– Our production plant is located in Tula. It consists of three main shops with more than 150 employees. These are a notebook shop (all notebooks and albums on a staple), a shop of hard binding (diaries, record books), and a shop for production of products on plastic comb binding and glue-free binding (KBS) (notebooks, sketchbooks). The current total capacity is more than 40 million products per year. Soon there will be modernization of equipment and increase of production capacity.

– Production of books in Russia in 2022 abnormally increased in price. Many publishers and printing houses faced a shortage of printing capacity and materials. Tell me, how did you cope with the difficult economic period?

– In February and March of 2022 there were disruptions in the supply of consum-

“OUR COMPANY IS PROUD THAT OUR PRODUCTS ARE AESTHETIC, PRACTICAL AND COMFORTABLE. WE ARE CONSTANTLY WORKING TO IMPROVE THE QUALITY OF OUR PRODUCTS, USING, AMONG OTHER THINGS, NEW TECHNOLOGIES TO MEET OUR CUSTOMERS' EXPECTATIONS.”

ables and the production of offset paper was feverish. As a result, there were delays in production deadlines. At the moment, the availability of paper and board allows us to plan production deadlines. Eksmo's sales are growing steadily every year, which gives us confidence for the future.

– What exclusive projects does Eksmo realize?

– Since last year we have been actively cooperating with various illustrators and artists who are gaining popularity in the online space. For example, we released a series of notebooks with funny opossums from the “Willow Forest” comics (35K subscribers in VK), with current requests from the “Word of the Day” audience.

Buyers are bored with monotonous designs and illustrations taken from publicly available photo stocks, so we are constantly looking for ways to attract attention.

– Let's talk about the industry as a whole. What is your forecast for the development of the paper and paper products market in Russia in the near future?

– If we talk about the trends that may affect this industry in the near future, these are:

1. The rise of digital technology: with the increasing availability of e-books, smartphones and tablets, some consumers may prefer an electronic option to traditional books and notebooks.

However, many people still prefer the feel of a physical product, so paper and



paper products will continue to have their audience.

2.Environmental awareness: Growing awareness of environmental issues may influence consumer preferences. Perhaps some consumers will prefer more environmentally friendly alternatives, such as recycled paper or plastic covers.

3.New formats and innovation: New product development and innovative solutions can drive demand for paper and paper products. For example, the emergence of paper-electronic hybrids such as Moleskine Smart or improved printing technologies can offer new features and enhance the user experience.



4.Office Supplies Market: Developments in office technology and workspace requirements can influence demand for related stationery products such as notepads, notebooks, diaries and other organizational accessories.

– *When you design products, you focus on the portrait of the customer. What is that profile?*

– Stationery is an integral part of everyday life for many people, including school children, students, office workers, artists and hobbyists.

The consumer of our stationery can be of any age and profession, depending on the collection and category. But all of them are clearly united by the love for quality, usability and beauty.

As a matter of fact, goods for preschool and elementary school children are usually chosen by their parents, and they pay a lot of attention to quality. The main buyers of notebooks are students – representatives of the Z-generation. They choose trendy, original designs and unusual finishes because it is important for them to stand out. When we talk about the office collection, we are talking about practical buyers who are constantly writing and planning, they need to have everything on the shelves, no chaos. They need: ergo-



nomics, laconism, compactness, optimal volume of printed matter in sheets, functional grid and ruling. Our sketchbooks are appreciated by young artists and simply creative people.

We hope that our products will accompany our customers through all stages of their lives and help them achieve their goals and dreams.

– *It is believed that the main trend in recent years is quality and interesting design products. Tell me, how do you manage to keep your products attractive for customers? What trends can you point out?*

– Trends in design change over time, and some elements may be more or less popular at different times.

In recent years, there has been an increased demand for Japanese cultural themes, including anime and manga. It offers unique and interesting design elements that can be used in a variety of ways. This can be attributed to the growing interest in global culture in general.

There are new trends in finishes, and many items have been released with plastic covers. But only we use new foils with glitter effects and rainbow covers made of designer cardboard, which are exclusive in our offer among manufacturers in the Russian Federation.

– *What is the secret of a wide area of presence and what is the formula for a successful business?*

– When it comes to working with partners, it is important for us that everyone benefits. We are constantly working on the system of discounts and delivery terms, developing marketing activities and point-of-sale materials for partners to stimulate sales and draw the attention of final buyers to our products.

We regularly evaluate sales efficiency and listen to our partners for possible improvements in work and creation of new collections. Feedback and exchange of ideas help to strengthen mutual understanding and improve cooperation.

Prepared by Victoria Lukyanova



Юлия Петрова, «Риона»:

«Наша цель – удивить и обрадовать покупателя, задача – сделать это быстро, качественно и комплексно»

Компания Riона славится среди потребителей, коллег и конкурентов как креативный разработчик и производитель трендовой подростковой и молодёжной одежды, которую она выпускает с 2012 года. О современных тенденциях в этом захватывающем мире «юной» моды, о любви к стилю и о том, как удаётся покорить сердца придирчивой молодёжи, рассказывает основательница и генеральный директор фирмы Riона Юлия Петрова.

– Юлия, расскажите про основные модные тренды наступившего, 2023 года.

– Раньше, когда я думала о том, что будет пользоваться спросом, как узнать предстоящую тенденцию и как вообще устроена мода, я полагалась на свой вкус, интуицию и, главное, наблюдательность, способность считывать и воспринимать тренды и улавливать новое. В то время, когда я читала журналы о моде, меня сбивал с толку ответ, транслировавшийся во многих публикациях: «Модно всё!» Я думала: «Как же так – всё?» А теперь действительно могу сказать: в моде несколько тенденций. Но всегда есть сильный, набирающий обороты тренд. Вообще, если говорить о моде, ясно одно: можно использовать любые направления, но внутри капсулы всё должно сочетаться по форме и смыслу. А также если приходится разбивать определённую тенденцию, то должно быть понимание, зачем это делать. Нужно это чётко понимать, ведь своим образом человек транслирует в мир информацию о себе.

– Как сейчас обстоят дела в лёгкой промышленности, как чувствует себя ваша компания?

– Заметны активность и желание компаний и предприятий заниматься этим делом. Конечно, пройдёт время, кто-то окажется более успешным. Главное – запастись терпением и двигаться вперёд. Наша же компания продолжает «держаться на ветру», чтобы поддерживать имидж самого прогрессивного и модного бренда. Продолжаем развивать новые направления и не упускаем достигнутых позиций.

– Вы уже отшили одежду для коллекции весна-лето 2023 года? Какой она будет?

– Коллекция в целом готова, но мы продолжаем над ней работать. Приходят новые

материалы, меняются обработки, входят и укрепляются новые элементы. За полгода год не всегда можно точно просчитать то, что будет цеплять взгляд. Мы очень мобильны и расторопны и пользуемся этим преимуществом. Стараемся во всём быть первыми и лучшими. По поводу создания коллекции: мы ставим цель – только кассовые модели. Это сложная задача. Тем более что у нас нет права на сомнительные эксперименты и ошибки, особенно когда совершается попытка войти в новый сегмент. Сразу завоевать сердца – непростая задача. Приходится прогонять образцы взад-вперёд, пока не получится что-то стоящее. Сложность вызывает то, что даже когда есть свежая идея и видна коммерческая ценность, не всегда легко воплотить её в жизнь в короткий срок. Заслуга нашей компании в том, что мы стараемся делать то, что востребовано сейчас, и для исполнения такой задумки укладываемся в короткие сроки. Найти необходимые материалы не всегда возможно в короткий срок, поэтому нам всегда есть чем заняться. Всегда есть «неразрешимая задача, которую надо решить».

– Сейчас популярно также показывать антитренды, какие вы бы могли отметить?

– Для меня антитренд – это когда, помимо неактуальной цветовой гаммы и устаревших тенденций, случается так, что модные тенденции прошлых лет перемешиваются с новинками из современных реалий. Вообще, мне нравится, как одеваются люди на улице. Я постоянно вижу стильных, очень модных людей и невольно заглядываюсь на них. Но чтобы разглядеть антитренд, нужно быть критично настроенным, а я не люблю критиковать. Просто порой мне кажется: некоторые надевают то, что придётся, не продумывая свой стиль или не зная, как правильно подобрать гардероб. Всё зависит от самого человека. Что такое антитренд? Конечно, если взять джинсы, бежевые кроссовки, какую-то кофточку из шкафа,

затем прикрыться курткой, которая висит уже три года, натянуть шапку на глаза – точно будет антитренд. Но ведь человеку нужно захотеть поменять что-то в стиле. Честно говоря, я считаю, что людей надо развивать и объяснять хотя бы законы правильных сочетаний в одежде и подбора по формам. Хорошо бы каждый человек мог воспользоваться такой программой или памяткой о том, что с чем нужно носить. Тогда людей, одетых в антитренд, будет меньше. Лично меня это будет очень радовать!

– Юлия, расскажите о вашей успешной бизнес-стратегии в производстве одежды.

– Да, действительно, только собственник бизнеса знает, какую стратегию построить на своём предприятии, какое направление выбрать. Смотрю всегда по обстоятельствам, но в целом, конечно, предприятие должно работать с прибылью. К этому и стремимся. А как это сделать в одиночку и без вложений... Приходится выкручиваться, придумывать схемы, расширять ассортимент. Порой понять свои внутренние потребности и резервы нелегко. Нужно правильно оценивать успешные действия и наблюдать, что является двигателем и пусковым механизмом. Иметь запасные варианты. Смотреть в будущее и подбирать для этого перспективные проекты. Также важно, чтобы то, что ты делаешь, получалось легко и приносило радость и пользу другим. Могу сказать, что мы двигаемся по самому сложному пути, без многих ресурсов, которыми можно было бы воспользоваться для быстрого развития. Но я считаю: всему своё время; и когда-нибудь, когда мы поймём и увидим, что разработаны все техники и методы, раскрыты все тонкости, составлены планы, тогда, может быть, наша звезда сможет светить более мощно и освещать то пространство, которое мы в силах сделать более ярким и выигрышным! А если говорить о задачах и стратегии, наша цель – удивить и обрадовать покупателя, задача – сделать это быстро, качественно и в полном объёме.



Yulia Petrova, Riona:

“Our goal is to surprise and delight the customer, the goal is to do it quickly, qualitatively and comprehensively”

Riona is known among consumers, colleagues and competitors as a creative developer and manufacturer of trendy teen and young adult clothing, which it has been producing since 2012. Yulia Petrova, founder and CEO of Riona, tells us about the current trends in this exciting world of “young” fashion, about her love for style and how she manages to win the hearts of picky young people.

in six months or a year what will catch the eye. We are very mobile and agile and we take advantage of that. We try to be the first and the best at everything. When it comes to creating a collection, we only want the best models. It's a difficult task. Especially since we have no right to experiment and make mistakes, especially when we try to enter a new segment. Winning hearts all at once is not an easy task. We have to send samples back and forth until we get something worthwhile. The difficulty is that even when there is a fresh idea and commercial value, it is not always easy to bring it to life in the short term. The merit of our company is that we try to do what is in demand now, and to execute such an idea we have a short deadline. Finding the necessary factories to produce certain materials is not always possible in the short term, so we always have something to do. There is always an “unsolvable problem” to be solved.

– *Nowadays it's popular to show anti-trends as well, which ones would you point out?*

– For me, the anti-trend is when, in addition to the irrelevant color scheme and outdated trends, the fashion trends of the past years are mixed with the novelties of modern realities. In general, I like the way people dress on the street. I see stylish, very fashionable people all the time, and I involuntarily stare at them. But to recognize an anti-trend, you have to be critical, and I don't like to criticize. It's

just that sometimes I think some people wear what they have to, without thinking through their style, or don't know how to choose the right closet. It all depends on the person. What is an anti-trend? Of course, if you take jeans, beige sneakers, a sweater out of the closet, and then cover yourself with a jacket that's been hanging there for three years, and pull a hat over your eyes – that's definitely anti-trend. But the person has to want to change something in style. To be honest, I think that people need to develop and explain at least the laws of the right combinations of clothes and the matching of the forms. It would be good if everyone could use such a program or memo about what to wear with what. Then there would be fewer people dressed in the anti-trend. That would make me very happy!

– *Yulia, tell us about your successful business strategy in the clothing industry.*

– Yes, in fact, only the owner of a company knows what strategy he should follow, what direction he should choose. I always look at the circumstances, but in general, of course, the company should be profitable. That is what we strive for. But how to do it alone and without investment... We have to find a way, make plans, expand the assortment. Sometimes it is not easy to understand your internal needs and reserves. It is necessary to properly evaluate the successful actions and observe what is the engine and the trigger. Have backup options. Look into the future and pick up promising projects. It's also important that what you do is easy and brings joy and benefit to others. I can say that we are moving in the most difficult way, without many resources that could be used for fast development. But I think – all in due time, and one day, when we understand and see that all the techniques and methods are developed, all the subtleties are revealed, plans are made, then maybe our star can shine more powerfully and light the space that we are able to make brighter and more victorious! And when we talk about goals and strategy, our goal: to surprise and delight the customer, the task is to do it quickly, accurately and in a complete form.

– *Yulia, can you tell us what the main fashion trends will be in 2023?*

– When I used to think about what will be in demand, how to recognize upcoming trends and how fashion works in general, I relied on my taste, intuition and, most importantly, observation, the ability to read and perceive trends and grasp new things. At that time, when I read fashion magazines, I was confused by the answer given in many publications: “Everything is fashionable!” I thought, “How is that possible – everything?” And now I can really say – there are several trends in fashion. But there is always a strong, growing trend. In general, when we talk about fashion, one thing is clear: you can use any trend, but inside the capsule everything must be combined in form and meaning. And even if you have to break a certain trend, you have to understand why you have to do it. You have to understand it clearly, because a person's image tells the world something about him or herself.

– *How is the light industry doing right now and how is your company doing?*

– The activity and the desire of companies and enterprises to do this business is noticeable. Of course, time will pass and someone will be more successful. The main thing is to have patience and move forward. Our company continues to “keep its nose clean”, to maintain the image of the most progressive and fashionable brand. We continue to develop new directions and do not lose the achieved positions.

– *Have you already made the clothes for the Spring-Summer 2023 collection? What will it look like?*

– The collection as a whole is ready, but we are still working on it. New materials come in, processing changes, new elements come in and strengthen it. It is not always possible to calculate



САМОЕ ГЛАВНОЕ ДЛЯ ИНВЕСТОРОВ – СТАБИЛЬНОСТЬ И ДОВЕРИЕ.

В САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ ОНИ
ПОЛУЧАЮТ И ТО И ДРУГОЕ



– Насколько привлекательна для инвесторов Самарская область?

– Самарско-Тольяттинская агломерация является крупнейшей после Московской и Санкт-Петербургской. В ней проживает 2,7 миллиона человек, а в 500-километровой зоне у нас – 20 миллионов человек, рынок труда достаточно комфортный, и инвесторов это тоже привлекает. В регионе присутствуют все специальные налоговые режимы, а наши инвестиционные площадки – одни из лучших в стране. Специально созданная структура «Агентство по привлечению инвестиций Самарской области» и ищет инвесторов, и сопровождает их на всех этапах работы, при необходимости подключая любое министерство в работу. Наш губернатор Дмитрий Азаров лично подключается к ключевым вопросам, требующим оперативного федерального реагирования. Бывают и сложные ситуации. Например, для того, чтобы привлечь фулфилмент компании «Озон» в Чапаевск, мы в рекордные сроки вместе с Правительством Российской Федерации внесли изменения в постановление правительства. Это всегда длительная процедура. А в нашем случае это заняло всего несколько месяцев. Инвестор тогда очень удивился, что регион так системно отработал и повлиял на быстрое принятие необходимого решения, чтобы ком-

пания могла зайти в специальный налоговый режим.

– По какому принципу Агентство по привлечению инвестиций отбирает инвесторов?

– По нескольким направлениям работы. Самарская область имеет имидж активно развивающегося региона, региона приграничного, через который проходит достаточно много логистических артерий, в том числе новый транспортный коридор, который мы создаём: Европа – Западный Китай. Особая экономическая зона «Тольятти» примыкает к этой уникальной трассе и создаёт новые возможности с точки зрения экономики и логистики для её резидентов.

И второй момент: мы смотрим, какие ниши сейчас развиваются, какие есть тренды (мировые и российские), каких видов промышленности и деятельности не хватает в регионе. Создание новых производств может помочь соединить кооперационные цепочки в рамках деятельности больших производств.

Ещё одна тема, связанная с новыми возможностями, – это беспилотные авиационные системы в разных секторах, в том числе и в гражданских. Мы сделали на это ставку. Самару не просто так называют космической столицей России. Все знают,

Министр экономического развития и инвестиций Самарской области Дмитрий Богданов рассказал редакции RBG, каким образом в регионе выстроена работа с инвесторами, о преимуществах перед другими субъектами и, конечно, взаимосвязи власти и бизнеса в текущей внешнеэкономической ситуации.

что 100% пилотируемых пусков в космос с космонавтами в нашей стране осуществляется ракетами, которые делают на самарском заводе «Прогресс».

Поэтому, отвечая на ваш вопрос: есть выстроенные преимущества – транспортно-логистические, комфортное ведение бизнеса, создание специальных инвестиционных площадок. Есть отдельные сектора экономики, в которые мы дополнительными усилиями привлекаем инвесторов. Работа в этом плане проводится большая.

– Настоящее государственно-частное партнёрство!

– Фактически именно так и происходит. Самарская область давно известна как один из лидеров по развитию государственно-частного партнёрства.

Мы сегодня входим в топ лучших регионов по опыту реализации ГЧП-проектов, наравне с Москвой, Санкт-Петербургом, Московской областью. В отдельно взятые периоды наш регион был абсолютным лидером среди регионов России.

– За счёт чего удалось добиться в Самарской области такого положительного инвестиционного климата?

– Как я уже сказал, инструменты есть разные и на федеральном, и на региональном уровне. Безусловно, мы постоянно находимся в режиме мониторинга, вовремя реагируем на возникающие возможности, не оставляем без внимания проблемные темы. Но самое главное – это фокус внимания. Я работал в нескольких регионах, есть возможность сравнить фокусировку. Хочу сказать, самая главная формула, которая позволяет улучшать инвестиционный климат, работать с инвестором качественно, – это фокус на задачу. Инвестор понимает, что и в счастье и в горести его региональный партнёр в лице правительства, органов власти всегда рядом и всегда откликается в любое время дня и ночи.

Самое главное для инвестора – стабильность и доверие, опирающиеся на базовые экономические основы, такие как льготы, площадки и кадровые ресурсы.



происходила локализация в России. И здесь с фармацевтическими, медицинскими компаниями, производящими медоборудование, мы активно находимся в диалоге. Это тоже достаточно серьёзная возможность.

Ещё один важный момент, который хотел бы упомянуть, – это уникальная возможность, имеющаяся сейчас в нашей стране для развития туристического направления. И здесь мы тоже активно работаем: строительство глэмпингов, новых центров, открытие новой горнолыжной трассы, которую мы сейчас прорабатываем.

– Что вы лично можете пообещать, предложить инвесторам, которые заинтересованы в сотрудничестве и хотят развиваться именно в вашем регионе?

– Если всё, что я рассказал, сформировать в короткие фразы: «Коллеги, ваш проект – это проект, в котором регион всегда заинтересован. Поэтому в любой ситуации вы будете уверены, что самые лучшие условия, которые только возможно сделать, мы вам сделаем. И подтверждением этих слов являются те показатели, о которых я сегодня говорил: всё больше и больше компаний самарских, российских и иностранных, которые приходят в регион, подтверждают эту истину. Плюс личное участие при необходимости любого члена правительства, губернатора, коллег по отрасли.

У нас собралась хорошая команда, которая обеспечивает гарантированный положительный результат, и регион, имеющий один из самых лучших рейтингов финансовой и экономической устойчивости развития в стране. Всё это подтверждает, что декларация о поддержке у нас не расходится с возможностями и делами. Это лучшая гарантия того, что, реализуя проекты в нашем регионе, вы получите гарантированный успех».

Подготовила Светлана Кныш

– Вы готовы к импортозамещению?

– Абсолютно готовы. Почти полтриллиона рублей инвестиций за год приходит в Самарскую область. Это рекорд за всю историю области. Безусловно, есть сложности с поставкой оборудования для заводов. И мы прекрасно понимаем, что санкции в какой-то степени, конечно, работают. Но надо отдать должное нашим предприятиям, нашим инвесторам, которые очень гибко и профессионально работают. Я встречаюсь со многими компаниями, разговариваю, они действительно меняли традиционных поставщиков из Европы и Америки в сторону восточных, азиатских и других направлений.

– Проекты в каких сферах планируется запустить в регионе в ближайшие пару лет?

– Активно развиваются проекты в сфере транспорта и логистики: мы сделали на это ставку. Ещё один проект, с которым сегодня работаем активно, – это создание дополнительных мощностей в рамках коридора «Север – Юг».

Есть поручение президента нашей страны о развитии альтернативных транспортных коридоров, чтобы не зависеть от

недружественных стран. География позволяет нам быть приграничным регионом с выходом по Волге в Каспий.

Самарская область – единственный регион на Волге, в котором есть три крупнейших порта: в Самаре, Тольятти и Сызрани. Причём есть возможность сделать в Сызрани единый хаб, который в себя вовлечёт и развитие речного порта, там есть земельные участки для возможности расширения. Там же проходит крупнейший железнодорожный узел Куйбышевской железной дороги с выходом на Транссиб.

Важный момент – выход через Каспий напрямую в иранские порты. Есть межправительственные договорённости, соглашения, сейчас на каждый этап привлекаются дополнительно частные инвестиции. Потому что выход через Иран – это прямой выход и на Индию, и на Китай, и на страны Африки.

Вторая тема – пищевая промышленность. У нас сейчас целый ряд крупных проектов в серии животноводства и производства продуктов питания.

Третья сфера – медицинская, фармацевтическая. Ниша, которая длительное время была серьёзно занята иностранными компаниями. За последние годы активно





Президент
Союза «Торгово-
промышленная
палата
Самарской
области»
Валерий
Петрович
Фомичев

В 1988 году съезд ТПП СССР принял решение о своём реформировании. Утверждённый съездом устав давал палате право создавать региональные отделения и ТПП городов, что заложило основу современной системы торгово-промышленных палат России. С этого момента и ведёт отсчёт своей деятельности Торгово-промышленная палата Самарской области. В этом году палата отмечает 35 лет своей деятельности.

ОБЪЕДИНЯЯ БИЗНЕС

Возглавляет региональную торгово-промышленную палату президент ТПП Самарской области Валерий Петрович Фомичев. Опытный руководитель смог объединить самых активных предпринимателей региона. Представители бизнес-сообщества без сомнения вступают в ряды членов ТПП, потому что уверены в том, что благодаря палате будут услышаны органами власти.

Валерий ФОМИЧЕВ, президент Торгово-промышленной палаты Самарской области:

«Торгово-промышленная палата была создана бизнесом и работает для бизнеса. Это исключительно коллективная организация. Как в детской сказке про веник: по одному стебелёчку сломаешь, а вместе – нет. Я семнадцатый год у руля этой организации. Первые полгода просто изучал, искал подходы, новые направления. Теперь я понимаю и знаю, что ТПП – это сильный рычаг в экономических, социальных, политических моментах, которые позволяют реально влиять на ситуацию в бизнесе.

Деятельность Торгово-промышленной палаты Самарской области – это целая система. Система бесперебойного эффективного взаимодействия с предпринимателями. Для улучшения этого процесса организациями, являющимися сегодня членами палаты, были созданы профиль-

Самарская область – это один из самых больших регионов Поволжья, в первую очередь крупный промышленный и логистический центр. Он имеет мощный экономический потенциал и широкие возможности для развития бизнеса. И вот уже 35 лет свой вклад в укрепление взаимодействия между властными структурами и частным бизнесом успешно вносит Торгово-промышленная палата Самарской области.

РОЖДЁННАЯ БИЗНЕСОМ

ТПП Самарской области: немного статистики

- В ОРГАНИЗАЦИИ **41** ШТАТНЫЙ РАБОТНИК;
- ПРЕДСТАВИТЕЛИ ТПП РАБОТАЮТ В СЫЗРАНИ, ОТРАДНОМ, КИНЕЛЕ, НОВОКУЙБЫШЕВСКЕ, ЧАПАЕВСКЕ, РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ, СИРИЙСКОЙ АРАБСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ, СОЦИАЛИСТИЧЕСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ ВЬЕТНАМ;
- ЧЛЕНСКАЯ БАЗА ТПП ДОСТАТОЧНО СЕРЬЁЗНА – ПАЛАТА НАСЧИТЫВАЕТ **828** ЧЛЕНОВ.

ные общественные формирования, среди которых – 29 комитетов, две гильдии и одна ассоциация. Палата даёт им возможность совместно обсуждать актуальные вопросы и вырабатывать грамотные решения, которые она, в свою очередь, помогает правильно довести до адресата. Очень важно, что члены общественных формирований при ТПП входят в состав многих совещательных структур при органах власти различного уровня и могут своевременно в формате открытого диалога говорить о своих проблемах.

Направления работы палаты охватывают практически весь спектр предпринимательской деятельности: это различные виды экспертиз, сертификация, информационно-консультационные услуги, а также юридические и организационные. Список услуг включает в себя оказание помощи в бизнес-планировании, выставочной деятельности, переводе с иностранного и на иностранный язык необходимой документации и деловом образовании и многое другое.

РАЗВИВАЕМ РЕГИОН

ТПП Самарской области реализует масштабные задачи по созданию в регионе благотворного бизнес- и инвестиционного климата. Площадка этой значимой обще-

ственной организации даёт бизнесу возможность найти серьёзную поддержку, а государству – выработать комплекс эффективных мер по укреплению социально-экономического потенциала региона.

ТПП укрепляет взаимодействие с органами власти и общественными организациями региона. Валерий Фомичев, как президент ТПП, избран членом региональной общественной палаты, вошёл в состав регионального штаба Общероссийского народного фронта и Общественного совета при УФС России по Самарской области, возглавил Общественный совет при региональном Министерстве имущественных отношений и Управлении Росреестра и другие координационные советы.

Валерий Фомичев: «Успех и эффективность работы Торгово-промышленной палаты Самарской области зависят, прежде всего, от понимания и поддержки руководства области, федеральных структур, членов ТПП и руководителей предприятий, активно участвующих в жизни палаты. За 35 лет деятельности ТПП в Самарском регионе эти связи стали прочными и надёжными! Совместно с Государственной инспекцией труда в Самарской области реализован проект добровольного декларирования деятельности предприятий по

соблюдению трудовых прав работников и работодателей. В рамках проекта более 40 предприятий было отмечено Сертификатом доверия работодателей.

С 2013 года палата развивает новое направление деятельности – медиации, – которое очень быстро стало востребованным у самарских предпринимателей. В 2021 году мы совместно с председателем арбитражного суда Сергеем Юрьевичем Каплиным открыли «Комнату примирения и медиации» в обновлённом историческом здании Арбитражного суда Самарской области».

Валерий Фомичев: «Сейчас много эксклюзивных прав для получения льгот бизнесом. Так, усилиями ТПП Самарской области активизировано сотрудничество с федеральным Фондом развития промышленности. Кроме того, в целях повышения эффективности этого направления работы торгово-промышленная палата вышла с инициативой о создании подобной организации на региональном уровне, в 2019 году был создан Государственный фонд развития промышленности Самарской области. Сегодня это решение приносит огромную пользу экономике региона. Для реализации новых промышленных проектов государственный фонд предоставляет целевые займы по ставке 1-3% годовых сроком до пяти лет в объёме от 5 до 100 млн рублей, стимулируя приток прямых инвестиций в реальный сектор экономики.

В трудное для экономики время, с началом пандемии коронавирусной инфекции, ТПП организовала работу по выдаче заключений об установлении обстоятельств непреодолимой силы. За первые полтора месяца самоизоляции в ТПП поступило около 5 тыс. звонков. Была организована всевозможная информационно-консультационная поддержка для предпринимателей».

ПЕРЕОРИЕНТАЦИЯ НА ВОСТОК

Активизирована работа по содействию привлечению инвестиций в регион. Палатой заключены десятки соглашений о сотрудничестве, проведены сотни официальных встреч и приёмов иностранных делегаций. При ТПП созданы Комитет по внешнеэкономической деятельности и Комитет по экономическому сотрудничеству со странами ШОС, БРИКС, Азии и Океании.

Периодически проводятся выезды в Армению, Белоруссию, Венгрию, Вьетнам, Индию, Иран. За 2022 год было организовано 185 мероприятий, направленных на развитие внешнеэкономической деятельности предприятий региона (форумы, конференции, круглые столы и т. д.).

Валерий Фомичев: «Во внешнеэкономической деятельности у нас тоже есть своя изюминка. Здесь произошло изменение вектора развития. Если раньше в приорите-



Обмен памятными сувенирами. Гендиректор компании-туроператора по Оману West Side International Travel z-н Маджид аль-Генаими и президент ТПП Самарской области Валерий Петрович Фомичев. Июль 2016 г.

те была Европа, то сегодня это Восток. И, несмотря на то, что Восток – дело тонкое, мы с этим справляемся. В Индии, Иране, Ираке, Вьетнаме, других странах есть представители Российской ТПП. И там тоже свои палаты. Ведь это мировая система. Мы постоянно проводим ВКС со странами Востока.

У нас люди находят друг друга. Мы помогаем бизнесу найти потребителей его продукции. Это очень важная миссия ТПП. Так мы расширяем рынок реализации продукции Самарской области.

Ещё одна немаловажная миссия ТПП – привлечение инвестиций в наш регион. Мы успешно справились с новыми задачами по внешнеэкономической деятельности. Например, мы ищем и находим в других странах производителей оборудования для металлургического завода, которое ранее поставлялось из Европы. Это важное и интересное дело.

Есть подвижки по импортозамещению. У российского бизнеса есть возможность показать себя, и он в состоянии заменить импортную продукцию отечественной. Палата использует всё лучшее, что есть в других странах, и «распространяет» этот опыт по всем членским организациям».

ЗАКОН И ПОЧЁТ

В рамках соглашения о взаимодействии с Прокуратурой Самарской области в ТПП были организованы дни бесплатной юридической помощи для предпринимателей Самарской области. Совместно с УФНС России по Самарской области в муниципалитетах региона были организованы встречи с предпринимателями по вопросам применения контрольно-кассовой техники.

Проведена масштабная работа по вопросам организации общественными организациями мероприятий общественного контроля в форме проверок объектов малого и среднего предпринимательства на соблюдение требований законодательства в сфере защиты прав потребителей.

Организована разъяснительная работа с предпринимателями по внедрению ФГИС «Меркурий».

По инициативе руководства ТПП Самарской области в 2019 году принят закон Самарской области от 12 февраля 2019 года № 13-ГД «О Торгово-промышленной палате Самарской области». Он ещё раз закрепил статус ТПП как организации, которая на протяжении многих лет работает с бизнес-сообществом региона. Из всех общественных организаций, представляющих интересы бизнеса, только деятельность ТПП регламентирована законом как на федеральном, так и на региональном уровне.

За активную работу по внесению законодательных инициатив в 2015 году Валерий Фомичев был награждён Почётным знаком Самарской Губернской Думы «За заслуги в законотворчестве».

В 2015 году совместно с общественной палатой торгово-промышленная палата вышла с инициативой об учреждении почётного звания «Заслуженный предприниматель Самарской области». Региональные власти поддержали инициативу, и сегодня предприниматели имеют возможность получить высокую награду за свою работу.

Ежегодно ТПП проводит мероприятия, направленные на повышение имиджа предпринимательской деятельности. Это региональный конкурс национальной премии ТПП РФ «Золотой Меркурий», конкурс «Женщина-руководитель года». Также ТПП выступает одним из организаторов ежегодного регионального конкурса компаний «Достоинство губернии».

ТПП Самарской области пользуется заслуженным авторитетом и доверием в системе торгово-промышленных палат России. Рождённая бизнесом тридцать пять лет назад палата уверенно смотрит в будущее и делает всё возможное для реализации лозунга – «Объединяя бизнес, развиваем регион!».



ТОРГОВО –
ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА
ТОЛЬЯТТИ

Торгово-промышленная палата Тольятти – это не просто союз предпринимателей. Это объединение единомышленников, намеренных преобразить город и весь регион. Это люди, не боящиеся трудных и ёмких задач. Это обширная деятельность, включающая в себя в том числе образование и просвещение граждан и даже улучшение демографической обстановки. С президентом палаты Виктором Шамраем мы побеседовали.

ВИКТОР ШАМРАЙ: «ТОЛЬЯТТИНСКАЯ ПАЛАТА ВЫСТУПАЕТ ЗА ПЕРЕФОРМАТИРОВАНИЕ ЭКОНОМИКИ ГОРОДА ИЗ МОНОЗАВИСИМОЙ В ЭКОНОМИКУ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКУЮ»

– Виктор Николаевич, как вы оцениваете сегодняшнюю экономическую обстановку в регионе и стране? Как обстоят дела с социальной сферой?

– Только что прошли выборы губернатора Самарской области и депутатов Городской думы Тольятти. За Дмитрия Азарова, по официальным данным, проголосовало почти 85%. Из 35 депутатских мандатов 33 получили кандидаты от «Единой России». А участие в выборах приняло более 50% избирателей области. Думаю, что эти результаты можно считать оценкой экономической ситуации в стране и регионе.

Что касается социальной сферы: как отделить её от экономической? Здесь я ориентируюсь на еженедельное исследование настроений от фонда «Общественное мнение». По их данным, общество вот уже больше года делится на две примерно равные части: одни постоянно испытывают тревогу, у других же с настроением всё хорошо.

– Расскажите, какие запросы от предпринимателей-членов палаты приходят чаще всего в последнее время? И как удаётся оперативно решать поставленные задачи?

– Сейчас поступающие от предпринимателей запросы по своему содержанию можно разделить на три части:

– содействие в выстраивании деловых отношений с новыми зарубежными партнёрами;

– разъяснение увеличившегося потока правительственных решений, регулирующих предпринимательскую деятельность в новой реальности;

– решение проблем с кадрами.

Что касается оперативности решения поставленных задач, то тут следует иметь в виду, что предприниматель, как самостоятельный субъект деятельности, как правило, обращается за содействием тогда, когда сам задачу решить не может. С лёгкими запросами к нам не обращаются. Однако



Виктор Шамрай,
президент ТПП
г. Тольятти

если предприниматели всё же приходят, то для сотрудников ТППТ не существует слов «нет», «невозможно» или «никогда».

– А готово ли производство в регионе к проводимой государством политике импортозамещения и какие шаги предпринимаются в этом направлении?

– Флагман тольяттинской промышленности – АО «АВТОВАЗ». До недавнего времени компания имела иностранного собственника и, соответственно, была встроена в систему международного разделения труда. И в сложившейся ситуации предприятия столкнулось с огромными трудностями, большая часть из которых в настоящее время разрешена.

В нашем регионе проблемным также является аммиакопровод Тольятти – Одесса. Они тоже решаются небыстро, но и здесь уже есть очевидный прогресс.

У других предприятий тоже не без трудностей, но сложно представить время, когда их бы не было. Все проблемы палата и предприниматели постепенно решают.

Так что можно сказать, что процесс импортозамещения протекает нелегко, но задачи и цели его достигаются.

– Обсуждаются ли в палате планы развития отношений с дружественными странами? Чего нам ожидать?

– Вот что в ТППТ в дефиците, так это обсуждение. Мы ищем или помогаем найти для наших предприятий конкретных партнёров в дружественных странах. И если с Беларусью, Казахстаном или Китаем мы знаем, как работать, пусть и с учётом новых реалий, то с Ираном, Индией, ОАЭ, Мексикой, Нигерией нам совсем непросто. Что уж говорить о самих предпринимателях. Но повторюсь: трудности преодолеваемы, особенно если обе стороны идут на контакт.

– Одна из важнейших тем, которые поднимает палата, – решение демографического вопроса. Будете ли стараться уменьшить миграцию в иные регионы? А как планируете бороться с падением рождаемости?

– Улавливаю иронию в ваших вопросах, но отвечу максимально серьёзно. У меня есть концепция тольяттинского демографического сдвига. Кратко её суть такова: огромный город, возникший по историческим меркам практически мгновенно (с 1965 по 1975 год его население подскочило с 60 до 600 тыс.), также мгновенно и повзрослеет. Это означает, что на тех новых промышленных предприятиях, которые в последние годы появились в городе благодаря режиму ТОСЭР и созданию ОЭЗ «Тольятти», а заодно и на тех, что работают не один десяток лет, скоро некому будет работать.

Деревень в Самарской области, чтобы обеспечивать приток рабочей силы в город, почти нет. Молодёжи в возрасте от 15 до 30 лет среди населения как никогда мало. Большая часть выпускников школ (до 80%) ориентирована продолжить учёбу, а значит, и трудовую деятельность за пределами Тольятти.

Поэтому мы уже три года активно как участвуем в государственных профориентационных проектах, так и разрабатываем свои.

А в этом году мы намерены серьёзно заняться решением проблемы увеличения здоровой продолжительности жизни. Уверен, что проблему с дефицитом рабочих рук удастся решить, если сегодняшние 40-50-летние тольяттинцы подойдут к моменту выхода на пенсию здоровыми и мотивированными работать. Поэтому я предлагаю в качестве задачи – внести в стратегию города увеличение здоровой продолжительности жизни для начала на пять лет: с 60 до 65 – у мужчин, с 65 до 70 – у женщин.

– «Билет в будущее» – расскажете немного о данном профориентационном проекте?

– «Билет в будущее» – федеральный проект. На уровне нашего региона мы – ТПП г. Тольятти – самый большой его оператор. Суть проекта – дать школьникам попробовать себя в той или иной профессии в формате профпроб. Школьники под руководством наставников пробуют себя в качестве предпринимателя, видеомонтажёра (у нас даже появилась молодёжная видеостудия), муниципального служащего, модельера и т. д.

Согласно нашим исследованиям, будущую профессию молодому человеку в 80% случаев «помогают» выбрать родители, которые имеют «несвежие» представления о многих профессиях: электрики у них продолжают карабкаться на столбы в «кошках», а работники химпредприятий не доживают до пенсий. Хотя на самом деле всё давно изменилось.

Школьники во время подобных проб сами могут сделать для себя предварительный выбор: «моё» или «не моё».

– Что представляют собой проекты «Моё будущее в мире технологий» и «Моё будущее в профессии»?



– Это уже наши профориентационные проекты. Если в «Билете в будущее» мы строго придерживаемся внешних методических требований, то здесь, грубо говоря, зависим сами от себя: например, по своей инициативе возим школьников на городские предприятия.

Кроме того, широк перечень предлагаемых профессий: это и новые профессии (допустим, обслуживание беспилотных автомобилей, разработка техники для низкоорбитальной космонавтики), и уже известные, которые мы раскрываем иначе (программисты, гостиничный бизнес).

И это всё можно изучить не где-то, а в Тольятти!

– Вы также занимаетесь образовательной деятельностью в сфере дополнительного профессионального образования. Поведайте кратко о программах и направлениях работы? Какие программы для обучения граждан выбирают чаще всего?

– Да, у нас есть государственная лицензия на ведение образовательной деятельности. Мы попробовали запустить несколько программ, но, поскольку мы живём на то, что зарабатываем, мы выбрали три темы. Первая – подготовка и переподготовка арбитражных управляющих. На каждый следующий поток (с сентября 2023 года начинается пятый) записывается студентов больше, чем на предыдущий, причём со всей страны: например, сейчас будут обучающиеся с Сахалина.

Вторая тема – мы выбрали около десяти профессий, обучение которым финансирует центр занятости населения.

Третья – для нас достаточно необычная, она пока на стадии разработки – обучение специалистов по уходу. Почему? Из-за резкого старения горожан появляется необходимость ухода за теми, кто не может сам о себе позаботиться. И хотя на рынке есть предложение, в ближайшие годы его станет недостаточно.

– Международная сеть консультантов ТПП г. Тольятти охватывает 32 страны.

В чём состоит их работа «на месте»? У многих консультантов в компетенции значится «адаптация в стране и базовая информация», однако не совсем понятно, что это на практике.

– Представим, что российский предприниматель нашёл потенциального партнёра, к примеру, в Иране, где проходит какая-нибудь международная выставка. Как оплатить участие в ней? Как провезти туда образцы? А вывезти оттуда? Как строить разговор, чтобы ничем не обидеть и вызвать симпатию? Это всё и есть базовая информация.

Сейчас в правительстве Самарской области идёт подготовка визита губернатора в иранскую провинцию Мазандаран. Именно наш консультант в Иране проделал необходимую работу, чтобы познакомиться и заинтересовать в сотрудничестве наш технопарк «Жигулевская долина» с их технопарком (по масштабам, кстати говоря, превосходящим российский в несколько раз).

Вот один из примеров отличной работы нашего консультанта.

– Насколько я понимаю, сейчас тольяттинцы выступают за развенчивание мифа о Тольятти как о городе одного предприятия и за превращение его, по вашим словам, в экогород, город-парк. Тольятти постепенно становится значимой точкой на картах промышленного туризма?

– Насколько я понимаю, тольяттинцы ни за, ни против какого бы то ни было развенчивания. Да и я лично никогда не «топил» за город-парк. В существующей на сегодня стратегии развития Тольятти в качестве цели указано реформирование экономики из монозависимой в экономику предпринимательскую. Вот под этой целью – сохраняя критический настрой по отношению к стратегии в целом – я готов не только подписаться, но и делать всё, на что способна наша палата!

Подготовил Михаил Московец

ООО «Самарская СТК»: НАДЁЖНОЕ ПАРТНЁРСТВО В МИРЕ ДОРОЖНЫХ ИННОВАЦИЙ

ООО «САМАРСКАЯ СТК» – ПРОИЗВОДИТЕЛЬ БИТУМНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ СТРОИТЕЛЬСТВА БЕЗОПАСНЫХ И КАЧЕСТВЕННЫХ ДОРОГ. **«БЕЗОПАСНЫМ И КАЧЕСТВЕННЫМ ДОРОГАМ – КАЧЕСТВЕННЫЙ БИТУМ!»** – ТАКОВ ГЛАВНЫЙ ДЕВИЗ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ.



Дороги – это не просто пути, связывающие города и сёла, это артерии, по которым бьётся пульс жизни. Для того чтобы жизнь текла бесперебойно и надёжно, необходимо обеспечить качественное дорожное покрытие. Качественные дороги – основа социально-экономического развития всех без исключения регионов России, а также один из важнейших факторов улучшения социальной жизни граждан. И в этой важной миссии немаловажную роль играет компания ООО «Самарская СТК» – надёжный производитель модифицированных битумных материалов. Компания производит модифицированные битумные материалы для строительства и ремонта дорог нового поколения, а также оказывает услуги фасовки и сезонного хранения битумных материалов, что позволяет осуществлять бесперебойные поставки на любые расстояния круглый год.

С момента своего основания в 2016 году «Самарская СТК» зарекомендовала себя как добросовестный поставщик инновационных дорожных решений. Обладая современным оборудованием и полным циклом производства, компания стала незаменимым звеном в обеспечении дорожных работ высочайшими стандартами качества.

«Наша задача – обеспечить клиентов битумными материалами высокого качества и точно в срок. Нашу миссию видим в том, что мы помогаем дорожно-строительным предприятиям создавать безопасные и качественные дороги, производя битумные материалы высокого качества. В своей работе мы руководствуемся следующими ценностями: добросовестное и ответственное исполнение своих обязательств – как производителя и поставщика битумных материалов – при приоритетном внимании к интересам наших клиентов», – говорит директор компании Денис Викторович Самарцев.

ПРОИЗВОДСТВО: ПРЕВОСХОДСТВО ЧЕРЕЗ ИННОВАЦИИ

В мире, где технологии постоянно развиваются, идти в ногу со временем – одна из важнейших задач. «Самарская СТК» осознаёт эту необходимость и поэтому делает в своей деятельности акцент на инновациях.

Развитая материально-техническая база предприятия позволяет выпускать битумные материалы высокого качества и контролировать процесс изготовления продукции на всех его этапах. Компания оказывает услуги производства модифицированных битумных материалов индивидуально по заказу с требуемыми параметрами на договорной основе, а многолетний опыт, высокотехнологичное оборудование и штат квалифицированных специалистов способствуют исполнению заказа качественно и в срок.

«Мы производим полимерно-битумное вяжущее (ПБВ) – это модифицированный полимерами типа стирол-бутадиен-стирол битум, обладающий улучшенными характеристиками по сравнению с базовыми марками», – рассказывает директор компании.

ПБВ имеет более высокую эластичность и более широкий интервал пластичности, что обеспечивает стойкость к образованию колеи на дорожном покрытии, а также улучшает его низкотемпературные свойства. Этот материал незаменим при

строительстве дорог с повышенными транспортными нагрузками и высокой интенсивностью движения.

В 2022 году компания запустила производство битумных вяжущих по PG (ГОСТ 58400.1-2019). Здесь стоит отметить, что





материалы PG-марок (Performance Grade) предназначены для автомобильных дорог, при строительстве которых используется система объёмного проектирования Superpave, которая обеспечивает более точный подбор заданных характеристик состава смеси с учётом климатических условий, предполагаемой нагрузки и скорости движения. Благодаря данному подходу снижаются затраты на проведение ремонтных работ и обслуживание автотрасс в различных климатических зонах.

ЛАБОРАТОРНЫЙ КОНТРОЛЬ НА СТРАЖЕ КАЧЕСТВА

Собственная аккредитованная лаборатория – это сердце компании, ключ к обеспечению высшего качества продукции. Здесь проводятся независимые лабораторные испытания, позволяющие гарантировать соответствие материалов самым строгим международным стандартам. Это даёт уверенность в том, что каждая тонна продукции ООО «Самарской СТК» соответствует высочайшему стандарту надёжности.

Оснащение лаборатории обеспечивая проведение лабораторных испытаний, позволяющих гарантировать высокое качество исходного сырья, сырьевых компонентов и товарной полимерно-битумной продукции требованиям соответствующих ГОСТов.

Компания проводит независимые лабораторные испытания на договорной основе на лабораторно-аналитическом оборудовании, способном паспортизировать продукцию под новые ГОСТы, соответствующие политике развития дорожной отрасли Российской Федерации.

Лаборатория полностью укомплектована оборудованием для проверки качества битумных вяжущих на соответствие маркам PG по ГОСТ Р 58400.1-2019 и ГОСТ Р 58400.2-2019 и готова оказать услуги проведения независимых лабораторных испытаний на самом высоком уровне.

ФАСОВАННЫЙ БИТУМ – В ЛЮБУЮ ТОЧКУ МИРА

Фасовка битумных материалов является одним из перспективных направлений раз-

вития компании. В 2021 году на производстве смонтирован узел по фасовке битумных материалов в специализированную тару: бочки металлические ёмкостью 200 литров и контейнеры ёмкостью до 1000 л. Использование фасованного битума обладает следующими преимуществами:

- возможность осуществлять дорожно-строительные работы в труднодоступных местностях;
- возможность формировать товарный остаток, оптимизируя свои затраты в сезон дорожно-строительных работ;
- транспортировка не требует специализированных транспортных средств и обходится дешевле;
- доставка битумных материалов может осуществляться на любые расстояния и всеми доступными способами.

Фасованные битумные материалы способствуют оптимизации процессов дорожного строительства, повышению долговечности дорожных покрытий и снижению негативного воздействия на окружающую среду. Развитие и применение таких технологий позволяют создавать более безопасные и комфортные дороги, что является важным элементом социально-экономического развития общества.

ХРАНЕНИЕ БИТУМНЫХ МАТЕРИАЛОВ – ЗАЛОГ ДОЛГОВЕЧНОСТИ

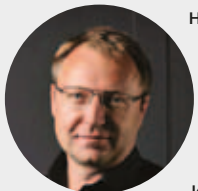
Одной из важных составляющих качественного дорожного покрытия является правильное хранение битумных материалов. ООО «Самарская СТК» понимает эту неотъемлемую связь и предлагает услуги сезонного хранения битумных материалов. На территории производственной базы ООО «Самарская СТК» организованы все условия хранения битумной продукции в соответствии с ГОСТ 1510-84 «Нефть и нефтепродукты. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение».

Хранение битумных материалов на территории предприятия осуществляется в резервуарных парках, а также на специализированных площадках для хранения тарной продукции с соблюдением норм и требований, предусмотренных нормативами РФ. Это позволяет иметь необходимый запас битумных материалов для осуществления бесперебойных отгрузок на любые расстояния в течение всего календарного года.

Наши клиенты имеют уникальную и очень выгодную возможность хранения приобретённого материала на территории нашей базы. Затаривание в зимний период времени, когда цены на продукт значительно ниже, чем в сезон осуществления дорожно-строительных работ, является выгодным вложением для дорожно-строительных компаний. Мы предлагаем свои услуги по затариванию и сезонному хранению битумных материалов на территории нашего предприятия.

ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА

– **Денис Викторович, расскажите, как возникла идея создания компании, почему именно данный вид производства оказался интересен?**



– За последние 10 лет рынок битума и полимерно-битумных вяжущих (ПБВ) прошёл через ряд изменений, связанных с технологическими инновациями, изменением требований к дорожным покрытиям. В связи с увеличением темпов строительства и обновления дорожной сети возросла потребность в более стойких дорожных материалах, способных выдерживать высокие нагрузки и различные климатические условия. Таким образом, рынок столкнулся с дефицитом качественных материалов, которые бы в полной мере соответствовали требованиям, меняющимся в сторону улучшения качества материала.

Данные факторы повлияли на принятие решения по организации собственного производства полимерно-битумного вяжущего (ПБВ). Производственная деятельность компании началась с производства трёх марок полимерно-битумного вяжущего: ПБВ 40, ПБВ 60 и ПБВ 90; на сегодняшний день компания владеет рецептурами для производства более двадцати марок битумов, модифицированных полимерами, в том числе марки по PG. Кроме того, с 2020 года мы оказываем услуги по производству ПБВ для ООО «Роснефть Битум», являясь официальной производственной площадкой компании на территории Самарской области. Это важнейший и ответственный шаг в развитии компании и нашего региона.

– **Планируется ли дальнейшее расширение ассортимента выпускаемой продукции? Есть ли перспективы развития для компании?**

– Да, конечно. Дорожно-строительная сфера совершенствуется, появляются новые продукты. Мы также будем стараться подхватывать перспективные современные тенденции. В 2024 году мы планируем подготовку предприятия под запуск производства битумных эмульсий для дорожной отрасли. Мы работаем в данном направлении. Битумные эмульсии относятся к материалам для строительства дорог и активно используются дорожно-строительными предприятиями. Битумные эмульсии выполняют связующую, вяжущую и защитную функцию от воздействия агрессивных сред: воды и водно-солевых растворов, а применяются в основном



при ямочном ремонте, обработке щебня, грунта, гравия и других смесей, подгрунтовке оснований при строительстве дорог, приготовлении асфальтобетонных смесей, обработке поверхностей дорожных покрытий.

– **Проблем в дорожной отрасли России много. Можете назвать несколько таких, решить которые помогает использование полимерно-битумных вяжущих вашего производства (прочность полотна, долговечность, отсутствие ям, выбоин и т. д.)?**

– Применение модифицированных битумных материалов уже доказало свою эффективность. Расскажу о свойствах выпускаемого нами ПБВ и битумных вяжущих по стандартам PG, которые решают некоторые проблемы дорожной отрасли нашей страны:

- улучшенная прочность и устойчивость – ПБВ усиливает дорожное покрытие, делая его более устойчивым к деформациям и трещинам. Битумные материалы по PG (Performance Grade) подбираются под конкретные климатические условия, обеспечивая устойчивость к изменениям температуры;

- долговечность – ПБВ повышает срок службы дорожного покрытия, снижая необходимость в частых ремонтах;

- стойкость к коррозии и влажности – ПБВ может улучшить стойкость дорожного покрытия к воздействию влаги и химических веществ;

- улучшенная проходимость – более прочные и устойчивые дороги, созданные с использованием ПБВ, способствуют более плавному и безопасному движению и сокращению пробок.

Внедрение ПБВ и битумных материалов по стандартам PG в строительство и ре-





монт дорог может существенно улучшить состояние дорожной инфраструктуры России, делая её более надёжной, долговечной и устойчивой к переменным климатическим условиям.

– Представим, что перед вами человек, который колеблется между выбором материалов вашей компании и какой-то другой. Что бы вы ему сказали?

– Наша деятельность построена на принципах добросовестности, честности и открытости. Битумные материалы нашего производства обладают рядом уникальных преимуществ. Материалы разрабатываются специально под индивидуальные заказы, а это означает, что мы можем удовлетворить потребности именно вашего проекта. Наша продукция обладает высокой прочностью и стойкостью к агрессивным факторам окружающей среды, что делает её идеальным выбором для проекта, где требуется долговечное и надёжное вяжущее. Наши технологии производства гарантируют стабильное качество и соответствие всем стандартам.

Кроме того, обслуживание наших клиентов отличается высоким уровнем сервиса: мы готовы предоставить консультации, поддержку и решения для вашего проекта. Рассмотрите все эти преимущества ради уверенности, что выбор ПБВ нашего производства будет правильным шагом вперёд к успешной реализации вашего проекта. С нами вы получите материалы требуемого качества в строго оговорённые

сроки, что немаловажно для нашей отрасли.

– Как вы оцениваете перспективы компании на ближайшие лет пять?

– Компания настроена расти и развиваться. На сегодняшний день, кроме оснащения производства всем необходимым оборудованием для производства битумных эмульсий, имеются планы наращивания производственных мощностей в выпуске модифицированных битумных материалов с целью увеличения объёмов производства качественного продукта для рынка.

Перспективным направлением для развития компании является фасовка битумных материалов, так как в твёрдом виде материалы доступны для поставки в любом направлении и на любые расстояния. Это очень актуально с учётом широкой географии нашей страны. Мы планируем расширение площадок для сезонного хранения тарной продукции.

Также планируется увеличение резервуарного парка для хранения битумных материалов. Дефицит качественных битумных материалов для строительства дорог не должен становиться проблемой для дорожно-строительных предприятий нашей области и страны в целом.



КАЧЕСТВО, НАДЁЖНОСТЬ, ИННОВАЦИИ

«Самарская СТК» – это не просто компания, это страсть к совершенству дорожных решений. Каждый этап производства, каждый лабораторный тест, каждая разработка – всё это направлено на создание лучших продуктов для строительства лучших дорог.

Индустрия меняется, технологии развиваются, но одно остаётся неизменным: стремление «Самарской СТК» к качеству и инновациям. Компания, оснащённая современным оборудованием, опытом и профессионализмом своей команды, готова к новым вызовам и возможностям. «Самарская СТК» – это надёжное партнёрство для строительства дорог в будущее.

Сегодня «Самарская СТК» является одним из крупнейших производителей ПБВ в Поволжье. Она занимается производством высококачественных материалов для дорожного строительства, которые соответствуют самым высоким требованиям качества и безопасности.

Один из ключевых принципов работы компании – это постоянное совершенствование технологий производства. Благодаря этому продукция «Самарской СТК» отличается высокой эффективностью и качеством.

Кроме того, компания активно работает над расширением ассортимента выпускаемой продукции, постоянно следит за новыми технологиями и разработками в области строительства дорог, чтобы пред-



ложить своим клиентам самые современные решения.

«Самарская СТК» – надёжный партнёр для любого проекта в области строительства дорог. Её продукция соответствует самым высоким стандартам качества и безопасности, а сотрудники компании всегда готовы помочь клиентам решить любые вопросы. Работая с «Самарской СТК», клиент получает гарантированно качественный материал с возможностью

производства с индивидуальными качественными характеристиками в строго согласованные сроки, а также с возможностью хранения на территории базы уже приобретённого материала. К услугам клиентов – профессионализм сотрудников, современное высокотехнологичное оборудование, собственная аккредитованная лаборатория, индивидуальный подход.





САМАРСКАЯ СТК



ПРОИЗВОДСТВО БИТУМНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ СТРОИТЕЛЬСТВА БЕЗОПАСНЫХ И КАЧЕСТВЕННЫХ ДОРОГ



**ПРОИЗВОДСТВО МОДИФИЦИРОВАННЫХ
БИТУМНЫХ МАТЕРИАЛОВ, В ТОМ ЧИСЛЕ
С ИНДИВИДУАЛЬНЫМИ ТРЕБОВАНИЯМИ
ЗАКАЗЧИКА**



**ПРОВЕДЕНИЕ НЕЗАВИСИМЫХ
ЛАБОРАТОРНЫХ ИСПЫТАНИЙ**



**ФАСОВКА И ХРАНЕНИЕ
БИТУМНЫХ МАТЕРИАЛОВ**

ПОЛИМЕРНО-БИТУМНОЕ ВЯЖУЩЕЕ

ПБВ 40 | ПБВ 60 | ПБВ 90 | ПБВ 130

БИТУМНЫЕ ВЯЖУЩИЕ ПО РГ

Продукция доступна в фасованном и наливном виде

📍 Доставка на любые расстояния автомобильным или железнодорожным транспортом

ПРЕИМУЩЕСТВА РАБОТЫ С НАМИ



**СОВРЕМЕННОЕ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОЕ
ОБОРУДОВАНИЕ**



**СОБСТВЕННАЯ АККРЕДИТОВАННАЯ
ЛАБОРАТОРИЯ**



ПРОФЕССИОНАЛИЗМ СОТРУДНИКОВ



**ВОЗМОЖНОСТЬ СЕЗОННОГО
ХРАНЕНИЯ МАТЕРИАЛА**



ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД



ВЫГОДНЫЕ УСЛОВИЯ

ГАРАНТИРОВАННО КАЧЕСТВЕННЫЙ МАТЕРИАЛ В СТРОГО СОГЛАСОВАННЫЕ СРОКИ



📍 446012, Самарская область, м. р-н Сызранский,
с. п. Новозаборовский, тер. Центр Автоповолжье, здание 3

✉ samarastk@bk.ru
☎ +7 (84635) 78-333
www.samarabitum.ru



«САМАРСКИЙ СТРОЙФАРФОР» – РОССИЙСКИЙ ЛИДЕР ПРОИЗВОДСТВА САНТЕХНИКИ И КЕРАМОГРАНИТА



Завод «Самарский Стройфарфор» – одно из крупнейших предприятий Самарской области, на котором работает почти 2000 человек. Завод специализируется на выпуске сантехники и керамогранита. Продукция «Самарского Стройфарфора» составляет около 15% от всей произведённой сантехники на российском рынке и 6% от производства керамогранита. Предприятие выпускает санитарные изделия под двумя брендами. Это торговая марка **SANITA** – абсолютный лидер в классе доступной, надёжной и качественной сантехники. По подсчётам производителя, изделия **SANITA** есть в каждом четвёртом доме России. Второй бренд – **SANITA LUXE** – лидер в сегменте элитной сантехники. Керамогранит выпускается под брендами **KERRANOVA** и **GRASARO**. Они успешно конкурируют с известными торговыми марками не только на отечественном, но и на зарубежном рынке.

ИСТОРИЯ ДЛИНОЙ В 80 ЛЕТ

На территории Самарской области завод начал функционировать с 1941 года – после его эвакуации из г. Славянска. Часть оборудования была доставлена на станцию Смышляевка Куйбышевской области, и перед сопровождавшими его шестью рабочими и тридцатью шестью подростками-учениками была поставлена сложнейшая задача по выпуску автоизоляторов для оборонной промышленности. В 1944 году руководством страны было решено начать строительство завода по производству санитарно-строительного фаянса, и уже в 1945 году состоялся первый выпуск мирной продукции.

Всего за несколько лет завод превратился из небольшого предприятия в мощный производственный комплекс. Появился литейный цех, вводились в эксплуатацию печи периодического действия, заработали вспомогательные цеха, были сформированы инженерные сети и коммуникации, а главное – осваивались новые технологии производства сантехники. В 1960 году было запущено производство товаров народного потребления и облицовочной плитки.

В 90-е годы предприятие переживало серьёзный кризис в связи с политическими и экономическими изменениями в стране. Самыми тяжёлыми в истории завода стали 1997-1998 годы, но он продолжил работать.

Новейшая история предприятия началась в 1998 году, когда на «Самарский Стройфарфор» пришла новая команда управленцев, в том числе и нынешний генеральный директор Павел Мисюля, который в 2023 году отмечает 25-летие работы на заводе.

В результате упорной и эффективной работы удалось добиться позитивных сдвигов в экономике завода. Стабилизировав ситуацию по выпуску сантехнических изделий, в 2004 году предприятие приступило к выпуску керамогранита, открыв новое производственное направление.

В настоящее время «Самарский Стройфарфор» – одно из крупнейших предприятий Самарской области и Российской Федерации, специализирующееся на выпуске сантехники и керамогранита.

**Генеральный директор завода
«Самарский Стройфарфор»
Павел Мисюля:**

«Важная традиция, дающая ключ к пониманию успешности «Самарского Стройфарфора», – непрерывное развитие. С каждым годом предприятие осваивало что-то новое в своей работе. Сравнивая, что было несколько десятилетий назад и каким новейшим оборудованием владеет завод сегодня, невозможно не заметить колоссальную разницу. Сегодня производственные мощности полностью загружены, предприятие структурирует технологические процессы и представляет на рынок новые продукты».

По итогам первых шести месяцев 2023 года производство санитарных изделий на заводе «Самарский Стройфарфор» идёт в плановых показателях, сопоставимых с аналогичным периодом прошлого года.

В первом полугодии 2023 года сотрудники предприятия создали более 985 000 санитарных изделий. Из них – 312 000 унитазов, более 248 000 умывальников; а также другие санитарные изделия торговых марок SANITA и SANITA LUXE: пьедесталы, биде, писсуары. Они используются в домах и учреждениях как в России, так и за рубежом.

ИННОВАЦИОННОЕ ПРОИЗВОДСТВО

Развитие и модернизация производства – важная и неотъемлемая часть жизни предприятия. Чутко реагируя на меняющийся внешний и внутренний рынки и внедряя новые технологии, команда добивается постоянных улучшений качества продукции.

Завод имеет свой собственный инженерный центр, в котором конструируется и разрабатывается современное оборудование. «Самарский Стройфарфор» – единственное российское предприятие в



отрасли, применяющее литьевые машины собственного производства. Мощность машин не уступает аналогичному оборудованию мировых производителей.

**Генеральный директор завода
«Самарский Стройфарфор»
Павел Мисюля:**

«Мы первыми сделали собственные машины для литья сантехники в пластиковые формы. Имелись сложная механическая, гидравлическая часть, электронная начинка, программирование. Мы это собрали, запустили в действие. Оборудование уникально, потому что российское и сделано в основном из отечественных комплектующих. Литьевые машины произведены и собраны нашими инженерами, поэтому соответствуют нашим стандартам, пожеланиям практики, в том числе и сырью, которое производится в России. Плюс к этому – мы внедрились на производстве целый ряд литьевых технологий».

Успешность предприятия базируется на «трёх китах»: это высокая квалификация производственного и инженерного пер-



сонала, развитые компетенции в работе с мировыми технологиями и материалами, высокая скорость внедрения инноваций.

В 2018 году совместно с Фондом развития промышленности и при поддержке правительства Самарской области «Самарский Стройфарфор» реализовал два проекта по модернизации и расширению производства. Было полностью модернизировано производство сантехники и керамогранита на сумму более чем 880 млн рублей, что позволило на 20% увеличить мощности предприятия, улучшить качество продукции. Это ожидаемо привело к увеличению доли присутствия продукции предприятия на российском рынке и экспорта в страны СНГ и Европы.

КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА

Сегодня вся продукция завода «Самарский Стройфарфор» производится из керамической массы, которая готовится по уникальной технологии. Процесс создания каждого изделия тщательно контролируется.

**Генеральный директор завода
«Самарский Стройфарфор»
Павел Мисюля:**

«На заводе действует строгий контроль. Каждое изделие имеет свой уникальный номер, сотрудники лично отвечают за продукт на каждом этапе его жизненного цикла, что позволяет поддерживать неизменно высокое качество наших торговых марок».

Такой строгий подход к качеству подтверждается и независимыми аудиторами.

В мае 2023 года на заводе «Самарский Стройфарфор» работали аудиторы торговой сети «Леруа Мерлен». Аудит проводился внезапно, специально подготовиться к какому-то определённому дню



было невозможно. Это делается, чтобы оценить работу предприятия в обычных условиях.

Обход территории, оценка соблюдения правил пожарной безопасности и охраны труда, соответствие производства нормам и правилам трудового законодательства, проверка условий труда и соответствующих документов – всё это проводилось аудиторами досконально и беспристрастно.

Также состоялись неформальные встречи, беседы с работниками завода без присутствия руководства. Опытные проверяющие задавали вопросы о специфике работы, отношениях внутри коллектива, оценивали психологическую обстановку и уровень корпоративной культуры.

По итогам проверки «Самарский Стройфарфор» получил один из самых высоких рейтингов: код В, рейтинг 99%! Это отличный результат, подтверждающий высокий уровень качества и социальной ответственности предприятия.

Генеральный директор завода «Самарский Стройфарфор» Павел Мисюля:

«Для нас высокий рейтинг по итогам социального аудита очень важен. Он не только даёт преимущества в сотрудничестве с «Леруа Мерлен», но и подтверждает: те постоянные планомерные усилия, которые мы вкладываем в организацию производства продукции и труда людей, не проходят даром. Проводя опросы сотрудников, мы понимаем, какие темы для них важны. Мы движемся в правильном направлении и планируем



ем и дальше стабильно и надёжно работать».

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА

С 2006 года «Самарский Стройфарфор» реализует комплексную программу природоохранных мероприятий, на которую выделено более 160 млн рублей. Благодаря этому на территории завода установлены очистные сооружения, позволяющие делать очистку всех вод предприятия (сточных, канализационных, ливневых). После очистки вода соответствует всем требуемым параметрам.

Приоритетным направлением деятельности на будущее становится обеспече-

ние замкнутого цикла на производстве, когда вся используемая вода никуда не сбрасывается, а очищается и снова попадает на производство. Уже сейчас по этому принципу работают отдельные цеха завода: цех полировки, цех по производству декоративных изделий.

Каждый вид отходов производства имеет свой паспорт и место хранения. Макулатура, металлолом, отработанное масло и отходы полиэтилена передаются на переработку и вторичное использование в специализированные организации. Перерабатываются и повторно используются в производстве отходы керамической массы, старые гипсовые формы, бой керамических изделий.

Одним из важнейших аспектов экологической политики «Самарского Стройфарфора» также является экология труда. Сохранение и укрепление здоровья людей, занятых на производстве, – это не только предпосылки высокой производительности труда и повышения благосостояния, но и залог устойчивого социально-экономического развития региона. За счёт средств предприятия каждый рабочий завода обеспечивает средствами индивидуальной защиты и спецодеждой. На основании мониторинга проводятся выявление вредных производственных факторов, планирование и реализация мероприятий по снижению их воздействия на работников.

В 2018 году продукция и производство «Самарского Стройфарфора» успешно прошли сертификацию по стандарту EcoMaterial 2.0.

Рейтинговый стандарт для оценки строительных материалов EcoMaterial – это добровольный экологический стандарт, разработанный для оценки качества и экологических аспектов строительных материалов. Стандарт составлен на базе законодательных актов РФ, ISO 14024, передовых разработок Всемирной организации здравоохранения, рекомендаций международных организаций по «зелёному» строительству, стандартов DGNB, BREEAM и LEED.

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Один из самых главных векторов деятельности «Самарского Стройфарфора» – корпоративная социальная ответственность. Завод по праву считается крупнейшим предприятием Волжского района и является градообразующим для него. Поэтому предприятие принимает участие в проектах, ориентированных на развитие близлежащих территорий. Это благоустройство, снижение экологической нагрузки и многое другое. Так, по инициативе завода и на его средства построена остановка общественного транспорта,

организован регулируемый пешеходный переход со светофором, установлено уличное освещение участка от остановок до жилого массива пгт Стройкерамика, что позволило сократить количество ДТП на нём и сделать более безопасным путь на предприятие.

Также одна из приоритетных задач завода – создание максимально комфортных условий для работы непосредственно на территории предприятия.

Это доставка сотрудников на работу и обратно собственным транспортом, проведение медицинских обследований у врачей-специалистов, вакцинация и физиотерапия в собственном медпункте, организация круглосуточного питания, обучение сотрудников, предоставление возможностей для занятий спортом, поддержка ветеранов и многое другое.

Важным направлением деятельности предприятия является кадровая политика. В рамках этой работы Министерство строительства Самарской области, Самарский государственный технический университет, завод «Самарский Стройфарфор» и один из выпускников смышляевской школы подписали договор о целевом обучении.

Генеральный директор завода «Самарский Стройфарфор»

Павел Мисюля:

«Это хорошая история и для завода, и для студентов: мы в течение нескольких лет – со школьной скамьи – готовим сотрудников и получаем гарантию того, что они придут трудиться к нам. Они уже будут знать, как работает предприятие, сколько сил вкладывается в производство сантехники и керамогранита, будут понимать важность выпуска качественного продукта. После практики они выйдут на работу подготовленными специалистами – это более лёгкая адаптация и сосредоточенность именно на производстве».

Планируется, что сотрудничество профильных учебных заведений, Министерства строительства Самарской области и завода «Самарский Стройфарфор» по организации целевого обучения и трудоустройства выпускников будет развиваться.

Также большое внимание на предприятии уделяется взаимодействию с общественными и профессиональными организациями. Так, совсем недавно состоялась встреча руководства «Самарского Стройфарфора» и Светланы Демьяновой, председателя Общественного совета при Министерстве строительства Самарской области, председателя правления Самарского отделения РОИС. В ходе встречи стороны обсудили сотрудничество по обеспечению про-



дукцией завода самарских строителей, возможность использования стройматериалов в восстановительных работах в новых российских регионах, взаимодействие в сфере поддержания местных производителей, а также ряд других вопросов.

Генеральный директор завода «Самарский Стройфарфор»

Павел Мисюля:

«Сотрудничество с Общественным советом при Минстрое и с СОРОИС не только поможет укрепить позиции самарского производителя на местном строительном рынке, но и повысит культуру использования стройматериалов, когда строители будут применять действительно лучший продукт с низкой логистической составляющей, что сделает конечный результат более доступным».

ВЕКТОР – НА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ

Конечно, современные вызовы оказывают влияние на предприятие: это и смена ряда экспортных направлений, и выстраивание новых логистических цепочек, и многое другое. Но предприятие

достойно с этим справляется, выпуская качественную продукцию, востребованную на рынке. За этим стоит большой труд команды, которая постоянно развивается, инвестирует, вкладывает, пользуется региональными и федеральными инструментами поддержки.

Генеральный директор завода «Самарский Стройфарфор»

Павел Мисюля:

«Мы сталкивались с серьёзными вызовами по сырью, которое ранее импортировалось. Нам удалось заменить его. Мы не потеряли по качеству, в год производим более двух миллионов единиц продукции».

СТРАТЕГИЯ БУДУЩЕГО

Продукция завода не только реализуется в России, но и активно продаётся в странах СНГ. Расширение географии и объёмов продаж – это одна из стратегических задач «Самарского Стройфарфора» на сегодняшний момент.

Руководство и сотрудники предприятия сообща работают над основной целью – стать лучшим заводом по производству сантехники и керамогранита.



Вера Глухова, «Садовый центр Веры Глуховой»: «САМОЕ ГЛАВНОЕ – ПОДТВЕРЖДАТЬ СЛОВА ДЕЛОМ!»

«Садовый центр Веры Глуховой» расположен в посёлке Курумоч Волжского района Самарской области. Здесь реализуются сотни тысяч растений, адаптированных к местному климату. Тут можно приобрести саженцы плодовых и декоративных растений как с открытой корневой системой, так и в контейнерах. На сегодняшний день общая площадь Садового центра с питомником составляет 45 га.

Площадка продаж (собственно – Садовый центр) занимает около 3 га, контейнерное производство – около 10 га. Для покупателей в Садовом центре создаются максимально комфортные условия: есть парковка, парковая зона, где человек может увидеть, как растут разные интересные его культуры. Уже действует выставочный парк гортензий, создание которого будет завершено к 2025 году.

История появления питомника

Первый центр был открыт Верой Викторовной в Самаре в 1999 году. Но его сложно было назвать настоящим Садовым центром. Товар брали у московских компаний на перепродажу.

В 2000-м году пришли первые машины с заказанным посадочным материалом из Польши. А потом начали привозить растения из других европейских стран: Германии, Нидерландов, Бельгии, Англии, Франции. В поисках самого лучшего посадочного материала Вера Викторовна посетила более 300 питомников в Европе, где она и её команда перенимали бесценный опыт европейских коллег.

Чтобы заработать денег и купить землю под питомник, Вера Викторовна без остановки трудилась на крупных ландшафтных объектах, пока Садовый центр курировала младшая сестра Лидия. Это позволило в 2011 году купить 20 гектаров земли. На тот момент денег хватило только на создание инфраструктуры в питомнике, но не хватало средств на покуп-

Пожалуй, нет в Поволжском регионе женщины, которая хотя бы один выходной не провела в одном из садовых центров Веры Глуховой. Они широко известны не только в Самарской области, но и за её пределами.

Вера Викторовна – не просто основатель питомника для растений. Уже много лет каждый четверг на самарском телевидении выходит её передача о декоративных растениях, где с большой любовью к своему делу она погружает зрителей в свой прекрасный и цветущий мир. Питомник Веры Глуховой персонализирован: она несёт личную ответственность за каждый проданный здесь экземпляр. Люди отождествляют купленные там растения непосредственно с ней.

ку растений. И тогда на помощь пришли коллеги из 20 европейских питомников, которые предоставили первые растения с отсрочкой платежа. Так новый питомник стал для них надёжным и проверенным партнёром, а также новым рынком сбыта в России.

В 2016 году был заложен собственный питомник саженцев плодовых и декоративных растений.

В питомнике выращиваются качественные растения с открытой корневой системой. Здесь тщательно следят за соблюдением всех современных стандартов, поэтому растения отлично приживаются и пользуются огромным спросом как среди профессиональных ландшафтников, так и среди обычных садоводов-любителей. Своих покупателей здесь ждут спиреи, лапчатки, барбарисы, дёрны, пузыреплодники, кизильник, туи, ели, сосны и можжевельники. Но основная специализация питомника – это, безусловно, гортензии. Эти растения требуют минимум труда и заботы. Гортензии прекрасно себя чувствуют в нашем континентальном климате, выдерживают и мороз, и холод, и жару, и яркое солнце. Их легко черенковать, но самое главное – они очень эффектны в пору цветения.



Рождение «Самарской Лидии»

Этот сорт был выведен известным французским селекционером Жаном Рено (питомник Renault) и зарегистрирован патентными бюро Франции и России в 2018 году как сорт «Самарская Лидия» (*Hydrangea paniculata Samarskaya Lidia*).

«Садовый центр Веры Глуховой» является одним из дистрибьюторов сорта и владельцем патента в России.

А начиналось всё с того, что однажды утром Вера Викторовна проснулась утром и прочитала в прессе, что в Самаре, городе-участнике чемпионата мира по футболу – 2018, будет выведен



новый сорт растений, который назовут в честь города – «Самара». И что якобы этим занимается Вера Глухова. Это была совершенно неожиданная новость! Оказывается, об этом сообщил в интервью, посвящённом подготовке города к ЧМ-2018, член Общественной палаты Самарской области Павел Александрович Покровский.

На создание любого сорта уходит много времени, было понятно, что к чемпионату успеть просто невозможно.

Незадолго до этого Вера Глухова побывала во французском питомнике Жана Рено, где были представлены «безымянные» новинки селекции. Сотрудников питомника интересовало, какие из них будут пользоваться спросом на российском рынке. Позже произошла встреча с французскими коллегами, и один из этих сортов гортензии был выбран в качестве растения к чемпионату мира. Сорт должен был называться «Самара», но Патентное бюро РФ не пропустило такое название,

поскольку имя города нельзя использовать в наименовании сорта.

В конце 2016 года ушла из жизни сестра Веры Викторовны. В 2017 году в память о ней компания провела в городе акцию «Лидия», в рамках которой подарила Самаре пять тысяч экземпляров гортензий. Поэтому Павел Покровский предложил назвать «чемпионатский» сорт «Самарская Лидия». Был получен патент на это название, это увековечило память о Лидии Викторовне.

Первую презентацию сорта провели на набережной Волги в Самаре в 2018 году. В 2019 г. привезли сорт в Москву и начали активно его популяризировать. Все эти годы «Садовый центр Веры Глуховой» был и продолжает оставаться эксклюзивным обладателем патента на сорт «Самарская Лидия».

Гортензия «Самарская Лидия» имеет стебли красноватого оттенка и тёмно-зелёные листья. Её цветение можно увидеть в начале июля. Соцветия в начале цветения бело-

го цвета и очень быстро меняют окраску, переходят от белого к светло-розовому, а в августе становятся рубиновыми. Рубиновые соцветия сохраняют цвет до самых холодов.

Снимки, к сожалению, не вполне передают их истинную окраску, а в жизни она завораживает.

Ландшафтное бюро

Компания имеет уникальный опыт и в сфере ландшафтного дизайна. География выполненных объектов распространяется на территорию всей европейской части России: от Санкт-Петербурга до Краснодарского края.

Ландшафтной архитектурой Вера Викторовна начала заниматься в 1997 году. В 2006 году она попала в команду Отдела капитального строительства Управления делами президента. За время работы там было осуществлено много крупных и интересных проектов в разных городах, разных климатических зонах, с разными растениями.





Один из чрезвычайно интересных проектов – работа над крупным музейно-парковым комплексом в Палестине. В этом проекте нужно было использовать только растения, упомянутые в Библии, и правильно спланировать переходы между разными типами ландшафта: от пустыни к полупустыне и райскому саду. Особо сложно было подобрать растения, которые выжили бы в Иерихоне, расположенном на 270 м ниже уровня моря.

Общественная и научная работа

Вера Викторовна активно участвует в деятельности Ассоциации производителей посадочного материала (АППМ). Являлась членом правления Ассоциации, спикером на семинарах «Питомник с нуля», «Садовый центр с нуля», где давала много разной информации, аналитики, делилась опытом. Её компания принимает активное участие в отраслевых выставках, фестивалях, общественной жизни города.

Немаловажное место в жизни компании занимает благотворительность: с заботой выращенные здесь гортензии цветут на клумбах храмов и больниц. Настоятельница Заволжского Свято-Ильинского монастыря в Подгорах игуменья Нина сказала: «Раньше у нас была эра роз, сейчас началась эра гортензий». Уже три года компания плотно работает с Госпиталем ветеранов войны. Садовый центр активно сотрудничает с Ботаническим садом Самарского университета, каждый год пополняя его коллекцию гортензий.

Во время форума Международного центра ландшафтного искусства «Зелёная стрела» (Санкт-Петербург) традиционно проходит фотоконкурс работ ландшафтных дизайнеров. Вера Викторовна предложила арт-директору компании «Ланд-

шафтное искусство» Светлане Чижовой после окончания форума привезти фотографии в Самару «на гастроли». Договорилась с ректором Государственного аграрного университета (ГАУ), и на их площадке были собраны все профильные учебные заведения города. Студенты могли посетить выставку и послушать выступления профессионалов.

Вера Викторовна Глухова часто выступает перед студентами и рассказывает о перспективах развития питомниководов в России. Преподавала в ГАУ и для студентов, работающих в питомнике, внедрила программу дуального образования. Они, начиная со второго курса, с апреля по октябрь работают на профильном предприятии (с возможностью отлучиться на сессию), а с ноября по март уезжают на учёбу.

В питомнике проходят 2-месячную практику студенты ГАУ и аграрного колледжа. Преподаватели принимают зачёт по практике непосредственно в Садовом центре. Многие студенты говорят, что понимание профессии и любовь к растениям пришли к ним именно здесь.

Некоторые после окончания учёбы остаются работать на предприятии. Им не нужно объяснять, что за профессию они выбрали. Кадры сотрудники питомника «доращивают» сами.

География продаж

Растения Садового центра поставляются в разные регионы страны: от Калининграда до Комсомольска-на-Амуре и от Архангельска до самых южных регионов.

В компании постоянно отслеживают, куда уходят растения 2- и 3-летнего цикла.

Анализируются не только продажи, но и перспективность разных сортов гортензий. Специалисты центра могут порекомендовать растения для разных регионов России.

Например, сорт Pastel Green – настоящая «конфетка» для Московской области, но в южных регионах в жаркое лето он будет «подгорать» и не проявит себя в полной красе. И наоборот: Perle de Festival больше подойдёт для юга. В Подмоскovie и Санкт-Петербурге в холодное лето сорт не успеет полностью проявить все свои декоративные признаки.

Перспективы развития и планы

«Садовый центр Веры Глуховой» постоянно развивается и ставит перед собой новые цели. Уже до конца этого года планируется запуск собственной котельной, которая позволит увеличить площади тепличного хозяйства. Хочется пожелать Вере Викторовне успешной реализации всего задуманного, чтобы её растения продолжали поражать нас своей красотой, грацией и изяществом в садах и парках по всей России.

Подготовила Анна Добрынина





Кондитерская фабрика «Сладкодаров» производит и продаёт сладости с 2001 года. За это время производство выросло из небольшого цеха, который выпускал несколько видов овсяного печенья, до предприятия, чья продукция пользуется спросом в России и за рубежом.

Сейчас мощности фабрики – свыше 1000 тонн кондитерских изделий в месяц. Производство оборудовано современными линиями, печами и упаковочными аппаратами. Имеются обустроенный собственный склад и офис.

У предприятия есть лаборатория и штат технологов. Производственный контроль осуществляется на всех этапах работы: от закупки сырья до упаковки продукции. Некачественное сырьё на производственную линию не допускается.

Поставки продукции производятся не только по России, но и в Казахстан, Беларусь, Кыргызстан, Таджикистан и другие страны.

В ассортименте фабрики более 100 наименований овсяного, сахарного, сдобного печенья и зефира. Основная линейка продукции сделана по ГОСТу и соответствует нормам Евразийского экономического союза. Печенье КФ «Сладкодаров» изготавливается с соблюдением требований ислама, что подтверждает свидетельство от Комитета по стандарту «Халяль». На предприятии внедрена эффективная система менеджмента безопасности пищевой продукции по стандарту ISO 22000:2018.



Миссия компании – создание качественной продукции по традиционным и новым рецептам, которая придётся по вкусу каждой семье. Секрет в современном оснащении производства автоматизированными линиями. Главный принцип – работать на совесть и отвечать за своё дело!

НАША ПРОДУКЦИЯ

Более 100 позиций в ассортименте: овсяное, сахарное и сдобное печенье, зефир. Почти каждый месяц появляются новинки.

Овсяное печенье

«Сладкодаров» – один из лидеров по производству овсяного печенья.

Отменный вкус кондитерских изделий и качество продукции подтверждают многочисленные дипломы и награды.

Визитная карточка овсяного печенья «Царское сокровище» и «Царская коллекция» – карамелизированная структура: хрустящая корочка по краям и мягкая



«тягучая» сердцевина. Добиться подобной структуры очень сложно!

В составе овсяного печенья с карамелизированной структурой нет овсяной муки, добавляются дроблёные овсяные хлопья. Используется только качественное сырьё. Печенье отличает богатая рецептура, что ценят и любят покупатели.

Сдобное печенье

70% продаж «Сладкодаров» приходится на сдобно-овсяную группу.

Сдобное румяное печенье с семенами подсолнечника или с жареным солёным арахисом не оставит равнодушным любителей сладостей.

Печенье тает во рту, если запивать его тёплым чаем или молоком.



Сахарное печенье

Представлено 25 наименований сахарного печенья. Сахарное печенье «Сладкодаров» изготовлено по ГОСТу и обладает прекрасным сбалансированным вкусом – в меру хрустящее и ароматное, – что является гарантией высоких продаж.

Большинство видов сахарного печенья «Сладкодаров» не содержат в составе ингредиентов животного происхождения и подходят для употребления во время поста.

Можно попробовать «Самарское» – сахарное печенье с самарским колоритом: со вкусом и ароматом топленого молока.

Глазированное сахарное печенье

Классический вкус, знакомый с детства. Разные виды сахарного печенья с глазированным доньшком по традиционной рецептуре. В ассортименте есть необычное печенье в виде морских обитателей или букв русского алфавита.

Сахарное печенье с начинкой

Оригинальный десерт: сахарное печенье и сливочное суфле в кокосовой обсыпке, другие виды начинок.

Зефир

Производится по проверенной годами технологии и отстаетывается на специальных дубовых поддонах во избежание посторонних запахов и примесей.

Нежный зефир со вкусом сладкой ванили или клубники со сливочным ароматом. В основе зефира натуральные ингредиенты – пектин, яблочное пюре.

Новая упаковка «конверт» помогает сохранить печенье дольше свежим и ароматным. Она надёжная, не рвётся по швам. Печенье аккуратно упаковано, его удобно класть на полку.





Добрые сладости

«СладПром» участвует в благотворительных проектах, даря радость и сладкую продукцию ребятам с ограниченными возможностями здоровья.

Компания принимала участие в организации праздничного мероприятия в рамках благотворительного проекта «Фабрика профессий», направленного на социализацию детей, оставшихся без попечения родителей.

Оказывала помощь в организации и проведении XX детского футбольного турнира памяти сотрудников органов внутренних дел, погибших при исполнении служебного долга.

Сотрудники компании уверены, что детство должно быть счастливым у каждого ребёнка.



ИСТОРИЯ КОМПАНИИ:

- **2001 г.** – компания была образована в Самаре;
- **2005 г.** – началось строительство кондитерской фабрики в связи с динамичным ростом продаж и расширением ассортимента выпускаемой продукции;
- **2010 г.** – был запущен цех сахарного печенья, вслед за ним в 2011 году – конфетный цех, а уже к 2012 году фабрика освоила производство зефира;
- **2013 г.** – кондитерской фабрике «Сладкодаров» был присвоен сертификат, подтверждающий, что система менеджмента безопасности пищевых продуктов соответствует требованиям стандарта ISO 22000:2005;
- **2015 г.** – на предприятии было установлено надёжное и высокопроизводительное оборудование самых авторитетных мировых марок. Линии по производству овсяного печенья чешского производителя «J4», швейцарская линия по производству слоёных изделий Rondo, ротационные печи Revent и т. д.;
- **2016 г.** – увеличение количества ротационных печей Revent для производства овсяного и сдобного печенья;
- **2017 г.** – установка глазировочной линии в цехе по производству овсяного печенья;
- **2018 г.** – увеличение количества фасовочных аппаратов для поддержания высокой производительности;
- **2019 г.** – установка оборудования для автоматической поставки сырья по производственным цехам;
- **2020 г.** – приобретение дополнительного складского оборудования для оптимизации процесса транспортировки продукции;
- участие в национальном проекте «Производительность труда»;
- **2021 г.** – участие в международной выставке продуктов питания WorldFood Moscow 2021. Получение премии «Экспортёр года»;
- **2022 г.** – участие в международной выставке продуктов питания ПРО-ДЭКСПО;
- участие в международной выставке FoodWeek 2022 Uzbekistan.



СЛАДКОДАРОВ
ФАБРИКА ПЕЧЕНЬЯ





«ЕСЛИ ХОТИТЕ ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ВКУСНОГО – ЭТО К НАМ!»

О тонкостях производства продукции с душой нам рассказала Татьяна Зацарицына, директор ООО «СладПром» (кондитерская фабрика «Сладкодаров»). Татьяна уверена, что миссия предприятия – дарить людям радость и сладкие моменты жизни.



– Расскажите немного о себе, о своём профессиональном пути.

– Со студенческой скамьи я начала трудиться маркетологом на кондитерской фабрике в Ульяновске: сначала просто устроилась на практику, а в итоге осталась работать. Совмещая работу и очную форму обучения, окончила вуз с красным дипломом. Продолжая трудиться, всегда совершенствовала свои знания путём повышения квалификации и переподготовки на управленческом поприще, а также участием в тренингах и семинарах. Далее творчество маркетологом переросло в управление производством со своими нюансами и особенностями. Опыт в маркетинге, понимание того, что хочет покупатель, и знания в области управления составили прекрасный баланс компетенций для управления и широты мысли на 180 градусов.

– На ваш взгляд, в чём главный секрет успеха компании на протяжении десятилетий?

– Вкус! Именно тот самый и неповторимый, за которым, кстати, гонятся конкуренты, но не могут добиться. Не нужно долго уговаривать покупателя сделать выбор в нашу пользу – достаточно только попробовать печенье. На ингредиентах не экономим, поэтому если хотите действительно вкусного – это к нам. Если самого дешёвого, то, к сожалению, «набитые» мукой печенюхи мы не производим и производить не будем. Дело не в количестве проданного, а в качестве.



– Какая продукция самая востребованная в последнее время?

– Самый главный хит компании – это, конечно же, самая полезная линейка овсяного печенья с карамелизированной структурой: с хрустящими краешками и карамельно-тягучей сердцевинкой. Структура добывается определённой технологией, а наличие в составе дроблёных хлопьев позволяет максимально сохранить ценность полезных веществ.

– Какими новинками будете удивлять покупателей?

– Учитывая, что большая часть продукции продавалась всегда в весовом виде, то сейчас задача номер один – увеличить разнообразие фасовки под разные каналы сбыта: мини-упаковка, коррексы, «конверты» и прочие.

Также работа над новыми вкусами никогда не останавливается, и ассортимент пополняют альтернативные виды печенья: мягкая «овсянка», печенье с солёным арахисом, печенье-коржик, мягкое печенье «Шарлотка» в индивидуальной упаковке.

– В чём сила женского подхода в бизнесе?

– В умении сбалансировать чёрное и белое, совместить эмоциональную составляющую и дисциплину, работать одновременно с десятью проектами без потери качества, уметь на три безвыходных варианта найти четвёртый правильный; и как в шахматах – умение мыслить на два хода вперёд. Ну и в любом деле главное – любить то, что делаешь. Тогда получается не просто продукт для продажи, а «детище», в которое вложены не только материальные ценности, но и душа.

– Поделитесь планами на будущее.

– Не углубляясь в операционные планы по совершенствованию процессов: главная цель – развитие сердца компании – производства.

Хоть сейчас и непростая ситуация: путь к зарубежным поставкам оборудования закрыт, на примете имеются российские производители оборудования для комплектации новых цехов по производству пряников и сдобного печенья.

Подготовила Светлана Кныш





Мир Детства

28-я международная выставка
«Индустрия детских товаров»

26–29
СЕНТЯБРЯ
2023

Россия, Москва, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»
www.mirdetstva-expo.ru



МИНПРОМТОРГ
РОССИИ



 **ЭКСПОЦЕНТР**

12+



Реклама