

Business DIALOG Media

RBG

Russian Business Guide

11/99 Март 2020



With the
support of the
CCI of Russia

www.tpprf.ru •

12+

**НАТАЛЬЯ
ПИНЯГИНА:**
«О МОДНОМ
ДОМЕ STEFANIA
БУДЕТ
ГОВОРИТЬ
ВСЬ МИР!»

БИЗНЕС ЗА
ЗДОРОВОЕ
ДЕТСТВО

ENG+RUS



ОЛЕГ КРАСНИКОВ,

ДИРЕКТОР КОМПАНИИ «ФАРМАЛАКТ»:

**«НАША МИССИЯ – ВЫРАСТИТЬ
ЗДОРОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ!»**



14th Azerbaijan International AGRICULTURE EXHIBITION

19-21 MAY 2020

Baku Expo Center / Baku, Azerbaijan

Organiser



Tel.: +994 12 404 10 00

+994 55 224 10 00

E-mail: caspianagro@ceo.az

www.caspianagro.az

[www.fb.com/caspianagro](https://www.facebook.com/caspianagro)

#CaspianAgro

Transforming AgriCulture to AgriBusiness



Russian Business Guide

www.rbgmedia.ru

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

12+

Учредитель и издатель:

ООО «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА»

при поддержке ТПП РФ

Редакционная группа:

Максим Фатеев, Вадим Винокуров,

Наталья Чернышова

Главный редактор:

Мария Сергеевна Суворовская

Редактор номера:

София Антоновна Коршунова

Заместитель директора по коммерческим вопросам:

Ирина Владимировна Длугач

Дизайн/вёрстка: **Александр Лобов**

Перевод: **Мария Ключко**

Отпечатано в типографии ООО «ВИВА-СТАР»,

г. Москва, ул. Электрозаводская, 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 № 11/99 март 2020

Подписано в печать 19.03.2020 г.

Тираж: **30000**

Цена свободная.

Использованы фотографии:

Александр Юрьевич Падехов

Russian Business Guide

www.rbgmedia.ru

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

12+

Founder and publisher:

BUSINESS DIALOG MEDIA LLC

with the support of the CCI of Russia

Editing Group: **Maxim Fateev,**

Vadim Vinokurov, Natalia Chernyshova

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

Managing Editor: **Sofiya Antonovna Korshunova**

Deputy Marketing Director: **Irina Vladimirovna Dlugach**

Designer: **Alexandr Lobov**

Translation: **Maria Klyuchko**

Printed in the printing house of VIVASTAR LLC, Moscow,

ul. Elektroavodskaya, 20, building 3.

Materials marked R or "ADVERTISING" are published

as advertising. The opinion of the authors does

not necessarily coincide with the editorial opinion.

Reprinting of materials and their use in any form is

allowed only with the permission of the editorial office

of the publication Business-Dialog Media.

Materials are not reviewed and returned.

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

the Moscow region, 143966

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

tel.: +7 (495) 730 55 50 доб. 5700

Publisher: Business-Dialog Media LLC

Registered by the Federal Service for Supervision of

Communications, Information Technology, and Mass

Media. The mass media registration certificate

PI # FS77-65967 from June 6, 2016.

Russian Business Guide № 11/99 March 2020

Passed for printing on 19.03.2020

Edition: **30000 copies**

Open price

Photos used: **Padeghov Alexander Yuryevich**

ОФИЦИАЛЬНО OFFICIALLY

14

ОЛЕГ РУКОДАЙНЫЙ: «ГОСУДАРСТВО И БИЗНЕС ДОЛЖНЫ ОБЪЕДИНИТЬ
УСИЛИЯ В РАЗВИТИИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В РОССИИ»

**OLEG RUKODAINY: "THE STATE AND BUSINESS SHOULD JOIN EFFORTS ON
THE DEVELOPMENT OF HEALTHCARE IN RUSSIA"**

ЛИЦО С ОБЛОЖКИ COVER STORY

18

ОЛЕГ КРАСНИКОВ, «ФАРМАЛАКТ»:

«НАША МИССИЯ – ВЫРАСТИТЬ ЗДОРОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ!»

OLEG KRASNIKOV, FARMALAKT:

"OUR MISSION IS TO RAISE A HEALTHY GENERATION!"

СВОЙ БИЗНЕС OWN BUSINESS

24

НАТАЛЬЯ ПИНЯГИНА: «О МОДНОМ ДОМЕ STEFANIA БУДЕТ ГОВОРИТЬ
ВСЁ МИР!»

**NATALIA PINYAGINA: "THE STEFANIA FASHION HOUSE WILL GAIN
WORLDWIDE POPULARITY!"**

30

АЛЛА БОРИСОВА: «ОДНА ИЗ ГЛАВНЫХ ЗАДАЧ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ –
ДУМАТЬ О БЕЗОПАСНОСТИ»

**ALLA BORISOVA: "SAFETY IS ONE OF THE MAIN RESPONSIBILITIES
OF A MANUFACTURER"**

34

ИРИНА ИВАНОВА, BEEZEE TOYS: «ВОСТОРОГ В ГЛАЗАХ ДЕТЕЙ –
ЭТО САМОЕ ЦЕННОЕ!»

**IRINA IVANOVA, BEEZEE TOYS: "THE DELIGHT IN THE CHILDREN'S
EYES IS THE MOST PRECIOUS THING!"**

38

ПАРК «СКАЗКА»: ВСЁ, КАК В СКАЗКЕ!

SKAZKA PARK: LIKE A FAIRY TALE!

42

«ВСЁ ТАКЖЕ В ОБЛАСТИ БАЛЕТА МЫ ВПЕРЕДИ ПЛАНЕТЫ ВСЕЙ»

THE CLOCK IS TICKING, BUT AS TO BALLET, WE ARE AHEAD OF THE WORLD

ЕСТЬ МНЕНИЕ OPINION

44

КОРПОРАТИВНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ: ОДНО
РЕШЕНИЕ ДЛЯ КОМПЛЕКСА ЗАДАЧ
**CORPORATE TELEVISION: ONE SOLUTION
FOR THE SET OF TASKS**

Business DIALOG Media

RBG
Russian Business Guide

В Минобрнауки России создан молодёжный совет

Среди основных задач совета – содействие профессиональной адаптации и профессиональному росту молодёжи министерства, помощь в овладении новой профессией, воспитание общественной активности и инициативы. В состав совета вошли молодые государственные служащие, представляющие департаменты министерства.



была избрана Анастасия Красикова, начальник отдела Департамента экономической политики. Её заместителем стала Людмила Гонтарь из Департамента нормативно-правового регулирования науки и образования.

В первоочередных планах совета – запуск образовательных проектов для молодых сотрудников министерства, которые позволят получить им необходимые в работе дополнительные профессиональные и личностные компетенции. Особое внимание планируется уделить проектам развития адаптации и наставничества выпускников вузов, принятых на службу в Минобрнауки России; развития сотрудничества с молодёжными структурами университетов и научных организаций, молодёжными советами других федеральных органов власти. В области спорта обсуждается создание профессиональных молодёжных спортивных команд, также планируется открытие секций для занятий физкультурой, проведение туристических слётов, интеллектуально-спортивных игр.

Форматом деятельности молодёжного совета его участники выбрали рабочие группы. Организационную помощь совету будет оказывать кадровая служба Минобрнауки России.

Кадровая политика Минобрнауки России с момента образования ведомства была ориентирована на активное привлечение перспективной молодёжи, воспитание новой волны государственных служащих, чьи идеи и вовлечённость способны обеспечить достижение самих амбициозных целей государственной политики. Результатом последовательной работы с образовательными организациями и центрами трудоустройства, отбора перспективных выпускников, формирования кадрового резерва и участия в проектах, привлечения на государственную службу молодых учёных стало значительное омоложение кадрового состава министерства. По статистике, более 60% сотрудников министерства – это гражданские служащие в возрасте до 35 лет, причём каждый пятый сотрудник моложе 30 лет.

Деятельность сформированного молодёжного совета будет направлена на создание особой среды развития молодёжи. Для этого планируется выстроить работу совета по нескольким направлениям, таким как физическое и интеллектуальное развитие, социальное взаимодействие и развитие личностных ценностей.

В ходе первой рабочей встречи совета был выработан план действий по основ-

ным направлениям, сгенерированы идеи проведения образовательных мероприятий, волонтёрской и добровольческой деятельности, спортивных и интеллектуальных событий. Итогом первого дня работы совета, прошедшего в формате модерационной сессии, также стало избрание органов управления совета, в том числе его председателя. Открытым голосованием участников сессии председателем совета



The main task of the council is support in professional adaptation and development of the Ministry's youth, assistance in mastering a new profession, public activity and initiatives cultivation. The council is made up of young public officials representing the departments of the ministry.

The Ministry of Education and Science of the Russian Federation has created a Youth Council



Personnel policy of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation since its establishment has been focused on active involvement of promising young people, upbringing a new wave of public officials, whose ideas and involvement would be able to ensure the achievement of the most ambitious goals of the government policy. The result of consistent work with educational organizations and employment centers, the selection of promising graduates, the formation of a personnel reserve and participation in projects on attracting young scientists to the civil service was a significant rejuvenation of the personnel of the Ministry. According to statistics, more than 60 per cent of the Ministry's staff are public officials under the age of 35, one of five employees is under 30 years old.

The activities of the formed Youth Council will be aimed at creating a special environment for development of youth. For this purpose, it is planned to build the council

in several directions such as physical and intellectual development, social interaction and enhancement of personal values.

During the first working meeting of the Council a plan of actions on the main directions was worked out, the ideas on educational events, volunteer activities, sports and intellectual events were generated. Election of management bodies of the council, including its chairman became the result of the first day of work of the Council which has passed in a moderation session format. Anastasia Krasikova, the head of the Economic Policy Department, was elected as the chairman of the Council by an open ballot of the session participants. Lyudmila Gontar from the Legal Regulation of Science and Education Department became her deputy.

The Council's priority plans include the launch of educational projects for young employees of the Ministry, which will enable them to acquire additional professional and

personal competences required in their work. Special attention is planned to be paid to projects for support of adaptation and mentoring of university graduates recruited to the Ministry of Education and Science, development of cooperation with youth structures of universities and scientific organizations, and youth councils of other federal authorities. In the field of sport, discussions are underway to establish professional youth sports teams, and there are also plans to open sections for physical education, tourist events and intellectual and sports games.

The format of the Youth Council's activities was chosen by its participants as working groups. The Council will be supported by the Personnel Department of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation.

https://minobrnauki.gov.ru/ru/press-center/card/?id_4=2400

Григорий Трубников: «Борьба с опасными инфекционными заболеваниями – один из непреложных приоритетов работы научных и образовательных организаций Российской Федерации»

Первый заместитель министра науки и высшего образования РФ принял участие в конференции Россия-ЕС по вопросам противодействия инфекционным заболеваниям – Joint efforts against infectious diseases: HIV, TB, HCV.

Сегодня в медицинском научно-образовательном центре МГУ при содействии Европейской комиссии, Минобрнауки России и Минздрава России состоялось открытие международной конференции представителей академического и медицинского сообществ из России и Евросоюза по вопросам научного сотрудничества в сфере противодействия опасным инфекционным заболеваниям, таким как ВИЧ-инфекция, гепатит и туберкулёз.

Григорий Трубников, открывая конференцию, отметил, что тематика встречи и совместных проектов в области противодействия инфекционным заболеваниям как никогда актуальна в связи с тем, что сейчас внимание всего мира приковано к новостям из азиатского региона. «Здравоохранение в целом и борьба с опасными инфекционными заболеваниями в частности – один из непреложных приоритетов работы государственного механизма Российской Федерации: министерств, агентств, ведомств, научных и образовательных организаций, её внутренней и внешней политики. Работа в этом направлении немыслима без обмена передовыми теоретическими, практическими достижениями учёных и врачей со всего мира. В связи с этим, российская сторона неизменно подтверждает намерения и впредь продолжать содействовать международному



сотрудничеству в указанной области», – сказал первый замминистра.

Григорий Трубников выразил уверенность, что активизируется межуниверситетский обмен, возрастёт количество стажировок. «Рассчитываю, что будет больше европейский студентов в наших университетах и лабораториях, и российские студенты, аспиранты и постдоки будут активнее участвовать в исследованиях, которые проводят в европейских университетах», – сказал он. Первый замминистра подчеркнул значение конференции как события, подтверждающего первостепенное значение деполитизированного сотрудничества научных и образовательных институтов России и Евросоюза. «Мы за открытую науку, открытые данные и взаимовыгодное сотрудничество на симметричной основе», – сказал в заключение приветственного слова первый заместитель министра науки и высшего образования РФ.

Программа конференции посвящена вопросам статуса реализации двух подержанных российской стороной научных проектов: CARE (Common action against HIVTBHCV across regions of Europe) и ARREST-TB (Accurate, Rapid, Robust and

Economical diagnostic technologies for Tuberculosis).

Проект ARREST-TB направлен на разработку методов ранней диагностики туберкулёза с множественной лекарственной устойчивостью, дифференциации туберкулёза от микобактериоза и определения эффективности химиотерапии. Ожидается, что реализация проекта приведёт к повышению эффективности диагностики туберкулёза за счёт внедрения уникальных технологий, не предъявляющих высоких требований к инфраструктуре лаборатории и не требующих применения дорогостоящего оборудования. Это позволит проводить диагностику туберкулёза не только в специализированных учреждениях, но и в лабораториях общего профиля.

Проект CARE направлен на разработку и научное обоснование внедрения новых методов диагностики, лечения и профилактики социально значимых инфекций – ВИЧ-инфекции, гепатита С и туберкулёза. Особый акцент в проекте сделан на изучение и профилактику распространения лекарственно-устойчивых микроорганизмов – вирусов и бактерий. В рамках реализации проекта CARE создана рабочая группа, готовится стратегический план по мониторингу распространения устойчивости микроорганизмов к противомикробным препаратам, химическим и биологическим средствам. Опубликованы первые статьи, представлены материалы на международной конференции, проведена стажировка российских молодых учёных в университете Сиены. Вскоре будет внедрён протокол анализа полного генома вируса иммунодефицита человека, что позволит перейти на новый уровень исследований в молекулярной эпидемиологии.



Grigory Trubnikov: "Struggle against dangerous infectious diseases – one of indisputable priorities of work of scientific and educational organizations of the Russian Federation"

First Deputy Minister of Science and Higher Education of Russia took part in the EU-Russia Conference on Combating Infectious Diseases under the title **Joint Efforts against Infectious Diseases: HIV, TB, and HCV.**

Today the opening of the international conference of representatives of academic and medical communities from Russia and the European Union on the issues of scientific cooperation in the field of combating dangerous infectious diseases, such as HIV infection, hepatitis and tuberculosis took place in the Medical Research and Education Center of Moscow State University with the assistance of the European Commission, the Ministry of Education and Science of Russia and the Ministry of Health of Russia.

Grigory Trubnikov, while opening the conference, noted that the subject of the meeting and joint projects in the field of combating infectious diseases is more relevant than ever due to the fact that now the attention of the world is focused on news from the Asian region. "Health care and fight against dangerous infectious diseases are the urgent priorities of the state mechanism of the Russian Federation: ministries, agencies, departments, scientific and educational organizations, its domestic and foreign policy. Work in this area is unthinkable without the exchange of advanced theoretical and practical achievements of scientists and doctors from around the world. In this regard, the Russian side has always confirmed its intention to continue promoting international cooperation in this area," said the First Deputy Minister.

Grigory Trubnikov expressed confidence that the inter-university exchange will intensify, the number of internships will increase. "I expect that there will be more European students in our universities and laboratories, and the Russian students and



postgraduates will be actively involved in the studies carried out at European universities," he said. The First Deputy Minister stressed the importance of the conference as an event which confirms the paramount importance of depoliticized cooperation between scientific and educational institutions of Russia and the European Union. "We stand for open science, open data and mutually beneficial cooperation on a symmetrical basis," the First Deputy Minister of Science and Higher Education of the Russian Federation said in conclusion of his welcome speech.

The conference program focused on the status of the implementation of two research projects supported by the Russian side: CARE (Common action against HIV/TB/HCV across regions of Europe) and ARREST-TB (Accurate, Rapid, Robust and Economic diagnostic technologies for Tuberculosis).

The ARREST-TB project is aimed at developing methods for the early diagnosis of multidrug-resistant tuberculosis, differentiating tuberculosis from mycobacteriosis, and determining the effectiveness of chemotherapy. It is expected that the implementation of the project will increase the effectiveness of the diagnosis of tuberculosis through the introduction of unique technologies which do not impose high requirements on the

infrastructure of the laboratory and do not require the use of expensive equipment. This will allow the diagnosis of tuberculosis not only in specialized institutions, but also in general laboratories.

The CARE project is aimed at development and scientific evidence of new methods of diagnostics, treatment and prevention of socially significant infections - HIV infection, hepatitis C and tuberculosis. A special emphasis in the project is placed on studying and prevention of distribution of drug-resistant microorganisms - viruses and bacteria. As part of the CARE project, a working group and a strategic plan to monitor the spread of antimicrobial, chemical and biological resistance of microorganisms are being prepared. There were published first articles, materials were presented at an international conference, and an internship of Russian young scientists was conducted at the University of Siena. A protocol for the complete genome analysis of the human immunodeficiency virus will soon be introduced, enabling the transition to a new level of research in molecular epidemiology.

https://minobrnauki.gov.ru/ru/press-center/card/?id_4=2387

В Минобрнауки России заработал ситуационный центр

Для оперативной поддержки российских университетов по переходу на смешанные и дистанционные формы обучения в связи с неблагоприятной обстановкой, вызванной новой коронавирусной инфекцией (COVID-19), созданы Ситуационный центр Минобрнауки России и горячая линия. Телефон горячей линии: +7 (495) 198-00-00.



Обратившись на горячую линию, вы сможете получить всю необходимую информацию по вопросам образовательного, правового и организационного характера.

Также вы можете найти ответы на интересующие вас вопросы на сайте методической поддержки: keep-learning.globaluni.ru.

Напомним, 15 и 16 марта 2020 года министр науки и высшего образования Валерий Фальков провёл заседания рабочей группы по подготовке предложений по организации образовательного процесса в вузах в условиях предупреждения распространения новой коронавирусной инфекции на территории Российской Федерации.

The Situation Center started its work at the Russian Ministry of Education and Science

The Situation Center of the Russian Ministry of Education and Science and the hotline have been organized to promptly support Russian universities in the transition to mixed and remote education systems in connection with the problem caused by the new coronavirus infection (COVID-2019).

Hotline: +7 (495) 198-00-00.

Having applied to the hotline, you can receive all the necessary information on questions of educational, legal and organizational character.

You can also find answers to your questions on the site of methodological support keep-learning.globaluni.ru.

It should be mentioned that on March 15 and 16, 2020 Valery Falkov, Minister of Science and Higher Education held a meeting of the working group on the preparation of proposals for the organization of educational process in universities in order to prevent the spread of new coronavirus infection in the Russian Federation.

https://minobrnauki.gov.ru/ru/press-center/card/?id_4=2476



Минобрнауки России «переводит» вузы в онлайн-формат: заседание рабочей группы

Министр науки и высшего образования Российской Федерации Валерий Николаевич Фальков провёл заседания рабочей группы по подготовке предложений по организации образовательного процесса в образовательных организациях высшего образования в условиях предупреждения распространения новой коронавирусной инфекции на территории Российской Федерации.



Для эффективной организации образовательного процесса с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий Министерством науки и высшего образования РФ сформирован перечень онлайн-курсов, реализуемых на безвозмездной основе.

Университет сам принимает решение об использовании онлайн-курсов, исходя из возможности организовать качество их изучения студентами.

Вопросы по подключению и предложения по включению онлайн-курсов в перечень необходимо направлять по электронной почте connect@online.edu.ru.

Russian Ministry of Education and Science brings higher education online: working group session

Minister of Science and Higher Education of the Russian Federation Valery Falkov held the working group session to prepare proposals for the organization of the educational process in higher education organizations in order to prevent the spread of new coronavirus infection in the Russian Federation.

To organize the educational process with the use of e-learning, remote educational technologies effectively, the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation has formed a list of free online courses.

The University takes a decision on the use of online courses itself, proceeding from the possibility to organize its quality of study for students.

Questions on connection and proposals on inclusion of online courses in the list should be sent by e-mail to connect@online.edu.ru.

https://minobrnauki.gov.ru/ru/press-center/card/?id_4=2474



Михаил Мурашко:

«Медицинская служба приведена в состояние повышенной готовности»

Министр здравоохранения России Михаил Мурашко сообщил на брифинге, что на сегодняшний день в Российской Федерации система оказания помощи пациентам с заболеваниями лёгких работает по чётко отработанным критериям. Он отметил, что данные первых двух месяцев 2020 года и первой недели марта по показателям летальности от пневмонии на 30% лучше, чем за те же периоды предыдущих лет.

По словам министра, разработанные порядки оказания медицинской помощи, клинические и методические рекомендации по новой коронавирусной инфекции позволяют в полном объёме оказывать медицинскую помощь на основе самых современных и актуальных данных, которые ежедневно собираются Минздравом России.

Михаил Мурашко отметил, что сегодня в Российской Федерации инфекционные и реанимационные службы приведены в состояние повышенной готовности. «Все мероприятия, которые должны быть организованы для крупных городов и проводиться по крупным городам, по населённым пунктам с низкой численностью, – все организованы; диагностические тесты доступны для медицинского персонала».

Михаил Мурашко сообщил, что подписан приказ Минздрава России, который создаёт на федеральном уровне реанимационные консультативные центры для поддержки принятия решений медицинскими работниками на местах. В каждом регионе также созданы подобные центры, которые уже обеспечивают непосредственное консультирование районных медиков. Таким образом, подчеркнул министр, ведомством была создана система помощи врачам при принятии решений.

По словам Михаила Мурашко, сегодня состоялось видеоселекторное совещание со всеми регионами страны, на котором ещё раз было проведено обучение по организации оказания медицинской помощи населению страны, определены организационные принципы, заслушаны доклады регионов по их готовности к оказанию медицинской помощи.

Обсуждались также вопросы по обеспечению непосредственно медицинского персонала средствами индивидуальной



защиты, проведены занятия по обеспечению безопасности медицинского персонала и по современным методам лечения. Все клинические и методические рекомендации являются самыми актуальными и имеются в распоряжении всех лечебных учреждений России.

Михаил Мурашко отметил, что рекомендации по профилактике коронавирусной инфекции и действиям в различных ситуациях опубликованы на сайте Минздрава и в соцсетях и позволяют минимизировать риски передачи инфекции. Прежде всего – необходимо часто и тщательно мыть и об-

рабатывать руки антисептиком, отказаться от посещения публичных мест. Также опубликован список стран, где имеется распространённость коронавирусной инфекции. «Сегодня профилактические мероприятия являются самыми важными и эффективными для сдерживания распространения этой инфекции. И очень важно для граждан своевременно обращаться к врачу с первыми признаками заболевания, потому что течение инфекции можно значительно облегчить при условии раннего начала лечения», – подчеркнул глава Минздрава России.

Mikhail Murashko:

"Medical service is on high alert"

Russian Minister of Health Mikhail Murashko said at a briefing that to date in the Russian Federation the system for assisting patients with lung diseases works according to well-established criteria. He noted that the data for the first two months of 2020 and the first week of March on mortality from pneumonia is 30% better than for the same periods of previous years.

According to the Minister, the developed procedures for the provision of medical care, clinical and methodological recommendations for a new coronavirus infection make it possible to fully provide medical care based on the most up-to-date and relevant data that are collected daily by the Russian Ministry of Health.

Mikhail Murashko noted that today in the Russian Federation infectious and resuscitation services have been put on high alert. "All events that should be organized and conducted in large cities and in settlements with small population will be held, diagnostic tests are available for medical personnel."

Mikhail Murashko said that an order has been signed by the Russian Ministry of Health, which is creating resuscitation advisory centers at the federal level to support the decision-making of medical workers in the field. Similar centers have also been created in each region, which

already provide direct counseling to district physicians. Thus, the Minister emphasized, the agency has created a system of assistance to doctors in making decisions.

According to Mikhail Murashko, a video-conference was held today with all regions of the country, at which training on organizing the provision of medical care to the country's population was held again, organizational principles were determined, and reports from the regions on their readiness to provide medical care were considered.

The issues of direct provision of personal protective equipment to medical personnel were also discussed, and classes were held to ensure the safety of medical personnel and modern treatment methods. All clinical and methodological recommendations are the most relevant and are available to all medical institutions in Russia.

Mikhail Murashko noted that recommendations for the prevention of coronavirus infection and actions in various

situations are published on the website of the Ministry of Health and in social networks and can minimize the risks of spread of the infection. First of all, you need to regularly and thoroughly wash and treat your hands with an antiseptic, and refuse to visit public places. A list of countries with a prevalence of coronavirus infection is also published. "Today, preventive measures are the most important and effective in controlling the spread of this infection. And it is very important for citizens to consult a doctor with the first signs of the disease in a timely manner, because the course of the infection can be significantly alleviated provided that treatment is started early," said the head of the Russian Ministry of Health.

<https://www.rosminzdrav.ru/news/2020/03/16/13542-mikhail-murashko-meditsinskaya-sluzhba-privedena-v-sostoyanie-povyshennoy-gotovnosti>



Развитие добровольного донорства костного мозга – один из приоритетов Минздрава России

В Москве под председательством заместителя министра здравоохранения России Евгения Камкина прошло заседание межведомственной рабочей группы при Минздраве России по совершенствованию законодательства по вопросам развития донорства и трансплантации костного мозга и гемопоэтических стволовых клеток.



В своём выступлении замминистра отметил, что развитие добровольного донорства костного мозга является одним из приоритетов Минздрава России. В настоящее время в России функционирует объединённая база данных потенциальных доноров костного мозга и гемопоэтических стволовых клеток, сформированная на базе 14 медицинских организаций государственной системы здравоохранения федерального и регионального уровня. Евгений Камкин напомнил, что в 2013 году в НИИ ДОГиТ им Р. М. Горбачёвой ПСПбГМУ им. И. П. Павлова разработана и внедрена получившая государственную регистрацию автоматизированная информационная система по поиску пары «донор-реципиент» по всей объединённой базе данных.

Также функционирует база данных, созданная и поддерживаемая благотворительным фондом «Национальный регистр доноров костного мозга имени

Васи Перевозикова». Базы пока не синхронизированы, однако трансплантации с использованием данных благотворительного фонда уже проводились, и, как заявляют основатели фонда, эта база доноров открыта для всех пользователей объединённой базы данных государственных медицинских организаций.

«Мы благодарны всем организациям и нашим специалистам, ведущим типирование и учёт доноров, за то, что всё чаще получается найти потенциального донора костного мозга и гемопоэтических стволовых клеток в России без необходимости дорогостоящего привлечения донорского материала из-за рубежа. Следующим шагом по совершенствованию действующей системы должно стать создание Федерального регистра доноров, в который будут интегрированы все 14 баз государственных учреждений. Тогда же мы готовы принять информацию из

базы данных благотворительного фонда «Национальный РДКМ», созданной на средства частных жертвователей. Это может быть вкладом частных благотворителей – отдельных граждан и коммерческих структур, оказывающих поддержку благотворительному фонду, – вкладом в спасение жизней россиян, нуждающихся в пересадке костного мозга. И, конечно, отдельные слова благодарности будут адресованы самому благотворительному фонду, его руководству и сотрудникам, которые на протяжении лет занимались популяризацией донорства, закупали лабораторное оборудование, разрабатывали базы данных, привлекали и типировали потенциальных доноров. С созданием Федерального регистра доноров костного мозга ваш вклад будет в полной мере и по достоинству оценён нашими пациентами, чьи жизни будут спасены», – отметил заместитель министра.

The development of voluntary bone marrow donation is one of the priorities of the Russian Ministry of Health

In Moscow, under the chairmanship of the Deputy Minister of Health of Russia, Yevgeny Kamkin, a meeting of the interagency working group under the Ministry of Health of Russia on improving legislation on the development of donation and transplantation of bone marrow and hematopoietic stem cells was held. In his speech, the Deputy Minister noted that the development of voluntary bone marrow donation is one of the priorities of the Russian Ministry of Health.

Currently, Russia has a joint database of potential bone marrow and hematopoietic stem cell donors formed on the basis of 14 medical organizations of the state healthcare system at the federal and regional levels. Yevgeny Kamkin recalled that in 2013 at the Pavlov PSPbGMU they developed and implemented a state-registered automated information system for finding a pair of donor-recipient in the entire integrated database.

There is also a database created and maintained by the Vasya Perevoshchikov National Register of Bone Marrow Donors Charitable Foundation. The databases are not yet synchronized, however, transplants using the Charity Fund database have already been carried out, and, as the founders of the Fund claim, this donor database is open to all users of the unified database of state medical organizations.

“We are grateful to all the organizations and our specialists conducting typing and registration of donors for the fact that it became increasingly easier to find a potential donor of bone marrow and hematopoietic stem cells in Russia without the need for costly attraction of donor material from abroad. The next step in improving the current system should be the creation of the Federal Donor Register, which will integrate all 14 databases of state institutions, where we are ready to accept information from the database of the National RDKM Charitable Fund, created with funds from private investors. This may be the contribution of private philanthropists – individuals and commercial entities supporting the charitable foundation – contributions to saving the lives of Russians in need

of a bone marrow transplant. And of course, individual words of gratitude will be addressed to the Charity Fund itself, its management and employees who over the years have been involved in the popularization of donation, purchased laboratory equipment, developed databases, attracted and typed potential donors. With the creation of the Federal Register of Bone Marrow Donors, your contribution will be fully and truly appreciated by our patients, whose lives will be saved,” said the Deputy Minister.

<https://www.rosminzdrav.ru/news/2020/03/11/13518-razvitiye-dobrovolnogo-donorstva-kostnogo-mozga-odin-iz-prioritetov-minzdrava-rossii>



Михаил Мурашко: «Принимаемые сегодня меры по укреплению здоровья женщин и детей беспрецедентны»



Министр здравоохранения Российской Федерации Михаил Мурашко выступил на форуме «Здоровье женщин – благополучие нации», который проходит в Москве.

В своём выступлении он отметил достижения в сфере охраны здоровья женщин и детей в нашей стране.

– Та сеть перинатальных центров, женских консультаций, те скрининговые программы, которые существуют для матери и ребёнка, – это действительно большое достижение социального государства, – заявил Мурашко.

Министр также подчеркнул, что принимаемые сегодня меры по укреплению здоровья женщин и детей беспрецедентны. В результате наша страна оказалась среди лучших по уровню материнской и младенческой смертности.

Напомним, что сегодня в стране работает сеть из 94 современных перинатальных центров, гарантирующих качественную медицинскую помощь.

– Но одной инфраструктуры здравоохранения недостаточно для решения стоящих перед нами демографических задач, – заявил Михаил Мурашко. – Важно выровнять разницу в средней продолжительности жизни между мужчинами и женщинами, увеличив её у мужчин. И здесь тоже важную роль играют женщины, мотивируя мужчин к отказу от вредных привычек и заботе о своём здоровье. Учитывая, что за последние годы в нашей стране значительно снизилось потребление чистого алкоголя и табака на душу населения, женщины свой вклад уже успешно делают!

Женщины более ответственно подходят к вопросам здорового образа жизни и профилактики заболеваний. Объёмы оказанной амбулаторной помощи мужчинам старше 18 лет в 2 раза меньше

объёма, оказываемого женщинам той же возрастной группы, – сообщил министр. – К сожалению, эта тенденция не свидетельствует о более крепком здоровье мужчин. Напротив, на них приходится преобладающие объёмы высокотехнологичной медицинской помощи, оказываемой при запущенных формах заболеваний.

Михаил Мурашко отметил необходимость сохранения равного соотношения полов в старших возрастных группах населения, увеличения продолжительности и качества жизни граждан, укрепления института семьи.

В завершение министр поздравил присутствующих женщин с наступающим Международным женским днём, пожелав им всегда оставаться здоровыми и счастливыми.

Mikhail Murashko:

“The measures taken today to strengthen the health of women and children are unprecedented”

Minister of Health of the Russian Federation Mikhail Murashko spoke at the forum Women's Health – The Welfare of the Nation, which is being held in Moscow.

In his speech, he noted the achievements in the field of protecting the health of women and children in our country.

“The network of perinatal centers, antenatal clinics, and the screening programs that exist for mothers and children are truly a great achievement of the social state,” said Murashko.

The Minister also emphasized that measures taken today to improve the health of women and children are unprecedented. As a result, our country was among the best in terms of maternal and infant mortality.

Recall that today the country has a network of 94 modern perinatal centers that guarantee high-quality medical care.

“But healthcare infrastructure alone is not enough to address the demographic challenges we face,” said Mikhail Murashko.

“It is important to equalize the difference in average life expectancy between men and women, increasing it in men. And here, women also play an important role, motivating men to abandon bad habits and take care of their health. Considering that in recent years, the consumption of pure alcohol and tobacco per capita has significantly decreased in our country, women are already successfully making their contribution!”

Women are more responsible in their approach to healthy living and disease prevention. The volume of outpatient care for men over 18 years is 2 times less than the volume provided to women of the same age group.” – said the minister. “Unfortunately, this trend does not indicate a better health for men. On the contrary, they account for

the prevailing volumes of high-tech medical care used for advanced forms of disease.”

Mikhail Murashko noted the need to maintain an equal sex ratio in older age groups of the population, increase the length and quality of life of citizens, and strengthen the institution of the family.

In conclusion, the Minister congratulated women on the upcoming International Women's Day, wishing them to always remain healthy and happy.

<https://www.rosminzdrav.ru/news/2020/03/04/13471-mikhail-murashko-prinimaemye-segodnya-mery-po-ukrepleniyu-zdorovya-zhenschin-i-detey-bespretsedentny>





Олег Рукодайный:

«Государство и бизнес должны объединить усилия в развитии здравоохранения в России»

На сегодняшний день в России работает более 600 предприятий-производителей медицинской техники и оборудования. Порядка трети приходится на Московский регион. О самых острых проблемах медицинского бизнеса и о развитии российского рынка медицинских изделий рассказал председатель Комитета по здравоохранению и медицинской индустрии Московской торгово-промышленной палаты (МТПП) Олег Рукодайный.

– Расскажите о наиболее важных инициативах и проектах, которые Гильдия производителей медицинских товаров и услуг реализовала при поддержке Московской ТПП за последние несколько лет?

– Гильдия объединяет широкий круг участников медицинского рынка. И мы стараемся услышать и защитить интересы буквально каждого участника. По сути, мы являемся одной из наиболее эффективных площадок взаимодействия бизнеса и власти в сфере здравоохранения.

20 февраля завершился Московский медицинский форум руководителей медицинских организаций. У участников форума появилась уникальная возможность обратиться с наиболее важными вопросами напрямую к представителям власти, экспертам рынка, в том числе международным, представителям страховых компаний. А главное, оперативно получить рецепты успешного решения их проблем. Очень надеюсь, что практика проведения подобных форумов станет традицией, которую мы с радостью поддержим.

Ещё один не менее успешный, на мой взгляд, проект – образовательный. МТПП подписан и уже успешно реализуется контракт с РУДН на обучение сотрудников медицинских организаций. Одна из главных задач программы – повышение квалификации медицинского персонала лечебных учреждений Москвы и адаптация их к работе в новых рыночных условиях. Клиники нуждаются в высококвалифицированных специалистах – медиках и управленцах. РУДН активно принимает в свои ряды постдипломного медицинского образования слушателей по различным направлениям, включая такие востребованные специальности, как «организация здравоохранения», «терапия», «хирургия», «оториноларингология», «стоматология», «кардиология» и др. Каждая из более чем сорока медицинских компаний (членов Гильдии МТПП) может воспользоваться правом на льготных условиях централизованно обучить своих сотрудников. Уверен, что развитие системы непрерывного образования сотрудников медицинских организаций приведёт к общему росту качества оказываемых услуг.

Недавно в Москве стартовал ещё один общественный проект, реализуемый при поддержке Гильдии МТПП, – «Мама, папа, я – здоровая семья!». Проект направлен на повышение информированности детей и их родителей о возможностях современной медицины, разнообразии медицинских профессий и на популяризацию здорового образа жизни. Кто в детстве не играл во врача? В рамках проекта в медицинских организациях Москвы и Московской области будут проводиться Дни открытых дверей, где юным посетителям будет предоставлена возможность «превратиться» на некоторое время в медиков и заняться лечением любимых игрушек и мультипликационных персонажей. Это не только позволит детям подавить страх перед людьми в белых халатах и научить-

ся доверять врачам, но и научит маленьких посетителей серьёзному отношению к профилактическим процедурам и основам здорового образа жизни. Знания и установки, полученные в игровой форме, закрепятся в сознании лучше, чем любая рекламная кампания. Клиники получают лояльных и заинтересованных пациентов, государство – здоровое подрастающее поколение.

– В силу специфики и особенностей медицинской отрасли как социальный институт требует повышенного внимания и особого подхода. Расскажите о самых острых проблемах медицинского бизнеса.

– К сожалению, как и во многих других сферах, всё упирается в деньги. Доля расходов на здравоохранение от ВВП в России находится на уровне 2006 года – 3,6% (при рекомендуемом показателе Всемирной организации здравоохранения – 6%). Недавно премьер Михаил Мишустин, побывав в одной из курганских больниц, испытал «сожаление и стыд» за сложившуюся ситуацию. Не секрет, что почти 40% существующих медучреждений не соответствуют ни мировым стандартам, ни общечеловеческим. Усугубляет ситуацию падение реальных доходов населения, которому приходится экономить в том числе и на здоровье. Получается, что денег в здравоохранении не хватает как бы с двух сторон. Государство с каждым годом всё активнее включается в конкурентную борьбу за пациентов. Конкуренция эта порой недобросовестна. Государственные медучреждения навязывают гражданам платные услуги по заниженным ценам по сравнению с рыночными. Таким образом, люди постепенно привыкают платить за своё здоровье, но по-прежнему часто остаются не удовлетворены качеством оказанных услуг. Итог – самолечение, осложнения, потеря трудоспособности и здоровья. Проигрывая в этой ситуации все.

Возвращаясь к первому вопросу, считаю, что государству и частному бизнесу в решении вопросов здравоохранения давно пора объединиться. Это же социально значимая отрасль. Государство должно поддерживать обеспечение населения медицинской помощью всеми возможными способами. В частности, более эффективно задействовать проекты государственно-частного партнёрства. Пока проектов ГЧП в сфере здравоохранения мало. Существующие проекты – это в основном крупные проекты в области диагностики, например ПЭТ-центры.

Но возможности для развития сферы ГЧП есть. При желании можно было бы в рамках ГЧП передать часть медуслуг в частный сектор. Это могли бы быть амбулатории, выездные службы по забору анализов и вызову врачей на дом, фельдшерские и акушерские пункты и многие другие. На мой взгляд, проекты ГЧП – это самые честные проекты. Если крупные компании будут вкладывать средства в эти проекты, контролировать их расходование и окупаемость, объём теневого сектора, который сейчас сопоставим с легальным рынком плат-

ных медицинских услуг, неизбежно сократится.

Ещё одна проблема – несовершенство тарифов ОМС, фактически ограничивающее доступ частных медицинских компаний на рынок по оказанию медицинских услуг населению в рамках программы госгарантий. Из фондов ОМС не компенсируются затраты на приобретение и обслуживание оборудования, аренду и коммунальные платежи, капитальный ремонт помещений. Государственные клиники компенсируют эти средства из региональных бюджетов, частные – за счёт собственных средств. Причём, речь идёт о 70-80% затрат. Законодательство в этом вопросе необходимо менять таким образом, чтобы стимулировать частный бизнес оказывать не только дорогостоящие услуги в рамках системы ОМС, но весь спектр существующих на рынке услуг.

– Как вы можете охарактеризовать российский рынок медицинских изделий? Каковы тенденции его развития в ближайшей перспективе?

– На сегодняшний день в России действует более 600 предприятий-производителей медицинской техники и оборудования. Порядка трети приходится на московский регион. Производители неоднократно жаловались на сложности с реализацией своей продукции в системе обязательных конкурсных закупок. Только на согласование правильных наименований изделий и их технических характеристик при формировании технических заданий в рамках закупок порой уходят месяцы, и всё равно в итоге из-за «трудностей перевода» в клиники поступают «неподходящие» изделия. Ещё одна проблема конкурсов – стоимость продукции. Не секрет, что очень часто победителем конкурса становится производитель наиболее дешёвого изделия. Таким образом, самые новые, высокотехнологичные и прогрессивные разработки, то есть заведомо более дорогие, но эффективные с точки зрения лечения, вообще не имеют шансов на победу.

– Можно ли чётко сформулировать основные направления, по которым, по вашему мнению, следует развивать отечественную медицинскую промышленность и фарминдустрию?

– Консолидация – вот залог успеха. Государство и бизнес должны объединить усилия в развитии здравоохранения в России. Государственные клиники должны иметь свободный доступ к современным медицинским изделиям и оборудованию, частные клиники нужно вовлекать в обслуживание населения в рамках ОМС и т.д. Пониженные ставки на кредиты и лизинг медицинского оборудования, предложения от государства недорогой аренды для частных клиник и центров, программы обучения и переподготовки медицинских кадров – всё это не только даст толчок развитию медицинского бизнеса в России, но и существенно повысит качество оказываемых медицинских услуг населению.

Oleg Rukodainy:

“The state and business should join efforts on the development of healthcare in Russia”



For today more than 600 enterprises-manufacturers of medical equipment work in Russia. The Moscow region accounts for about one third of them. The most acute problems of medical business and development of the Russian market of medical devices were covered in the interview with Oleg Rukodainy, Chairman of the Committee on Healthcare and Medical Industry of the Moscow Chamber of Commerce and Industry (MCCI).

- Tell us about the most important initiatives and projects that the Medical Products and Services Manufacturers Guild has implemented over the past few years with the support of the Moscow Chamber of Commerce and Industry (MCCI)?

- The Guild unites a wide range of participants of the medical market. We strive to understand and protect the interests of literally every participant. Actually, we are one of the most effective platforms for interaction between business and government in the healthcare sector.

The Moscow Medical Forum of heads of medical organizations closed on February 20. Forum participants had a unique opportunity to address pressing issues directly to government representatives, market experts, including international ones, as well as to representatives of insurance companies, and what is most important, to promptly get recipes for successful solution of their problems. I really hope that such forums will become a tradition, which we will gladly support.

Another equally successful project, in my opinion, is an educational one. The MCCI has signed and is already successfully implementing a contract with PFUR for training the staff of medical organizations. One of the main objectives of the program is to improve the qualifications of medical personnel of Moscow medical institutions and adapt them to work in the new market conditions. The clinics need highly qualified specialists - physicians and managers. PFUR actively accepts students into postgraduate medical education of various fields, including such popular specialties as "healthcare organization", "therapy", "surgery", "otorhinolaryngology", "dentistry", "cardiology", etc. Each of more than forty medical companies (members of the MCCI Guild) may benefit from centralized training of their employees on preferential terms. I believe that the development of the system of continuous education for employees of medical organizations will lead to an overall increase in the quality of the services.

Recently another public project has been launched in Moscow, supported by the MTCC Guild - "Mom, Dad, I - a healthy family!" The project is aimed at raising awareness of children and their parents about the possibilities of modern medicine, the diversity of medical professions and the promotion of a healthy lifestyle. Who did not play doctor in childhood? As part of the project, open days will be held in medical organizations of Moscow and the Moscow region, where young visitors will be given the opportunity to "turn" for a while into physicians and to treat their favorite toys and cartoon characters. This will not only help children suppress their fear of people wearing white coats and learn to trust doctors, but will also teach young visitors to

take preventive procedures and the basics of a healthy lifestyle seriously. The knowledge and attitudes gained in the form of a game will consolidate in the mind better than any advertising campaign. Clinics will receive loyal and interested patients, the state - a healthy younger generation.

- Due to its specifics and characteristics, the medical industry as a social institution requires increased attention and special approach. Tell us about the most pressing problems of the medical business.

- Unfortunately, as in many other areas, it all comes down to money. The share of healthcare expenditures in Russia's GDP is at the level of 2006 - 3.6% (with the World Health Organization's recommended indicator of 6%). Prime Minister Mikhail Mishustin has recently been in one of Kurgan hospitals and experienced "regret and shame" for the situation.

It is no secret that almost 40% of the existing medical institutions do not meet either world standards or human ones. The situation is worsened by the decline in real incomes of the population, who have to save money, including for health. It turns out that there is a lack of money in healthcare as if from two sides. Every year the state is more and more actively involved in the competitive struggle for patients. This competition is sometimes unscrupulous. State medical institutions impose on citizens paid services at lower prices than market ones. Thus, people gradually get used to paying for their health, but often remain unsatisfied with the quality of services. The result is self-treatment, complications, disability and health loss. Everyone loses in this situation.

Turning back to the first issue, I consider that it is high time for the state and private business to unite in solving healthcare issues. This is a socially important industry. The state should support providing the population with medical care by all possible means. In particular, the projects of public-private partnership should be used more effectively. So far, there are few PPP projects in the health care sector. The existing projects are mainly large diagnostic projects, such as PET centers.

But there are opportunities for PPP development. If desired, a part of medical services could be transferred to the private sector as part of PPPs. These could be ambulatory clinics, field services for taking tests and doctor home visits, paramedical and obstetrical stations and many others. In my opinion, PPP projects are the most honest projects. If large companies invest in these projects, control their expenses and pay-offs, the volume of the informal economy sector, which is now comparable to the legal market of paid medical services, will inevitably decrease.

Another problem is the imperfection of tariffs for medical insurance, which actually restricts the access of private medical companies to the market for the provision of medical services to the population under the programme of state guarantees. The costs of purchasing and servicing equipment, rent and utility payments, as well as major repairs of premises are not compensated from the compulsory medical insurance funds. State clinics compensate these funds from regional budgets, while private clinics compensate from their own funds. Moreover, we are talking about 70-80% of the costs. The legislation on this issue should be changed in such a way as to encourage private business to provide not only expensive services within the system of compulsory medical insurance, but the whole range of services existing on the market.

- How can you characterize the Russian market of medical devices? What are the trends of its development in the near future?

- For today there are more than 600 enterprises-manufacturers of medical equipment in Russia. The Moscow region accounts for about one third of them. Manufacturers have repeatedly complained about difficulties with selling their products in the system of mandatory competitive procurement. Even approvals of correct names of products and their technical characteristics at formation of technical tasks in the framework of purchases sometimes take months. Nevertheless, as a result of "translation difficulties", "inappropriate" products are supplied to clinics. Another problem of competitions is the cost of products. It is no secret that very often the winner of the competition is the manufacturer of the cheapest product. Thus, the newest, high-tech and progressive developments, i.e. knowingly more expensive, but effective in terms of treatment, have no chance to prevail at all.

- Is it possible to define clearly the main directions in which, in your opinion, the domestic medical industry and pharmaceutical industry should develop?

- Consolidation is the key to success. The state and business should join efforts in improving healthcare in Russia. State clinics should have free access to modern medical products and equipment; private clinics should be involved in servicing the population as part of the compulsory medical insurance, etc. Reduced rates on loans and leasing of medical equipment, state offers for low-cost rent to private clinics and centres, training and retraining programmes for medical personnel will not only boost the development of medical business in Russia, but will also significantly improve the quality of medical services to the population.



Олег КРАСНИКОВ
«Фармалакт»:

Человек — млекопитающее, и история попыток заменить чем-то материнское молоко для лишившихся его младенцев стара, как мир. Чаще всего пытались использовать молоко животных: вспомним миф о козе Амалфее, вскормившей Зевса. Но новорождённые небожественного происхождения часто болели и умирали от такого питания. В богатые семьи брали кормилицу, причём своего младенца бедная женщина вынужденно оставляла родне либо сдавала в воспитательный дом на вероятную гибель. «Начало конца» этих тёмных времён положил в 1867 году швейцарский фармацевт Анри Нестле, придумавший для кормления собственного первенца смесь из сухого коровьего молока, пшеничной муки и сахара. «Молочная мука Нестле», разведённая водой, стала первым в мире искусственным детским питанием и быстро обрела популярность. Вскоре у фирмы «Нестле» появились конкуренты, например голландская Nutricia. А вот России с производством заменителей женского молока не везло очень долго. Но ситуация исправляется! Об этом мы побеседовали с директором компании «Фармалакт» Олегом Красниковым.

“ НАША МИССИЯ – ВЫРАСТИТЬ ЗДОРОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ! ”

– Олег Викторович, предприятие ООО «Фармалакт» было открыто менее двух лет назад, но команда, реализующая проект, имеет длительный опыт создания производств детского питания. Расскажите о своей команде и о том, как начинался этот проект.

– Да, члены нашей команды – не новички в своём деле! У коллектива многолетний опыт работы на предприятиях детского питания в России.

В 1998-2001 годах при нашем участии был произведён перезапуск и вывод на заявленные мощности Вологодского завода детского питания, в 2000-2006 гг. успешно

стартовал проект создания производства Московского завода детского питания. А в 2007-2015 гг. мы участвовали в создании проекта и успешном выводе на заявленные мощности Ивановского комбината детского питания.

– Производственная площадка по производству продуктов детского питания «Фармалакт» расположена в индустриальном парке «DEGA-Ногинск». Почему была выбрана именно эта территория?

– При выборе места для нового завода мы исходили из следующих критериев: произ-

водство должно находиться в радиусе не более 100 км от Москвы, вблизи основных федеральных трасс, иметь необходимые инженерные коммуникации, подъездные пути и доступ к энергоресурсам. Обязательным условием была возможность приобретения земельного участка в собственность. Выбранным критериям полностью соответствовала площадка в индустриальном парке «DEGA-Ногинск», предложенная компанией «Дега Девелопмент».

В индустриальном парке «DEGA-Ногинск», расположенном всего в 37 км от столицы, созданы все условия для приёма резидентов: разветвлённая автономная

сеть инженерных коммуникаций, асфальтированная, огороженная территория, собственная современная ТЭЦ мощностью до 70 МВт. Парк находится в густонаселённом районе Подмоскovie и полностью обеспечен рабочей силой разной квалификации.

Благодаря этим показателям, соответствующим индустриальным паркам европейского уровня, компанией «Фармалакт» была выбрана площадка в индустриальном парке «DEGA-Ногинск».

В 2019 году производственная площадка «Фармалакт» успешно прошла аудит и получила международный сертификат ISO 22000.

В основе работы площадки лежат принципы системы НАССР (система анализа опасностей и критических контрольных точек). Систематический анализ опасностей является основой эффективного менеджмента безопасности пищевой продукции.

– «Фармалакт» производит заменители грудного молока, детские instantные чаи, детское печенье и другие пищевые товары из линейки «для самых маленьких». Ваше производство играет важную роль в выполнении государственной программы импортозамещения. Расскажите подробнее о линейке выпускаемой продукции.

– Основная продукция предприятия компании «Фармалакт» – заменитель материнского молока. Помимо него, компания выпускает детские печенье и чай. Все производственные мощности сосредоточены на одной площадке – это уникальная ситуация для России.

Производство детского питания требует строгого соблюдения норм, регламентирующих качество продукта, свойства которого должны соответствовать физиологическим особенностям ребёнка.

Сегодня России и странам СНГ приходится импортировать большую часть заменителя материнского молока. Новое производство позволит поставлять на рынок продукцию высокого качества, сделанную в России.

– Трудно найти продукт, качество которого так влияло бы на всё будущее здоровье и развитие человека, как заменитель грудного молока. Учёные всего мира работают над тем, чтобы максимально приблизить его состав к женскому. А насколько вам удалось приблизиться к заданному природой идеалу? Из каких компонентов создаётся заменитель? А другая продукция – чай, печенье?

– При разработке продуктовой линейки заменителей грудного молока Mamelle мы в первую очередь провели ряд консультаций со специалистами ФГБУН «ФИЦ питания и биотехнологии», совершенствуя оптимальную формулу смеси. В процессе разработки учитывались особенности питания малышей на ранних периодах жизни и их удовле-

творение. Опираясь на результаты исследований грудного молока, на сегодняшний день мы разработали формулу смесей Mamelle, максимально приближённую к составу грудного молока. В производстве смесей используются компоненты, прошедшие строгий многоступенчатый контроль качества, мы отказались от использования пальмового масла. В смесях нет продуктов, полученных с использованием ГМО, красителей, консервантов и искусственных добавок.

Аналогичный подход мы применяем к выбору ингредиентов и контролю качества для продуктовой линейки печенья и чая.

Для заботы о современной маме, придерживаясь передовых тенденций, мы разработали и выводим на рынок новый продукт – смесь для беременных и кормящих мам Ma-Mamelle. Она предназначена для удовлетворения возросших потребностей будущей мамы, а также для скорейшего восстановления после рождения ребёнка.

– Завод «Фармалакт» при строительстве был оснащён самыми современными производственными линиями. Расскажите о своём оборудовании.

– При строительстве завода «Фармалакт» особое внимание уделялось выбору поставщиков оборудования. В цехах установлены автоматизированные линии ведущих мировых производителей. Для изготовления молочной смеси используется эффективная распылительная сушилка с газовым теплообменником. Готовая продукция упаковывается в нейтральной среде азота в герметичные пакеты, изготовленные из комбинированного материала.

Производство чая также автоматизировано и полностью соответствует требованиям, предъявляемым к пищевым производствам. В процессе изготовления компоненты последовательно проходят стадии смешивания, дозирования, гранулирования, сушки и упаковки.



Технологическая цепочка изготовления печенья включает подготовку сырья, замес теста, формование, выпечку, охлаждение и упаковку. Рецептура и организация производства позволяют получить продукт повышенной пищевой ценности, обеспечив при этом стабильное качество.

Каждая партия готовой продукции оценивается по физико-химическим, микробиологическим и органолептическим показателям.

Особое внимание руководство предприятия уделяет неукоснительному соблюдению санитарно-гигиенических норм. В цехах поддерживается стерильная чистота, персонал проходит регулярные проверки.

Завод оснащён современной лабораторией оценки показателей используемого сырья, процесса производства (на всех этапах) и готового продукта.

– Какова мощность производства, есть ли резервы?

– Производственные мощности завода имеют высокий потенциал, задействованный сейчас на выпуск продукции под собственными торговыми марками, а также контрактное производство. Растущий спрос на продукцию обеспечивает производственную площадку заказами, при этом потенциал на дополнительное производство, безусловно, остаётся.

Производственные мощности предприятия включают производство более 10 тысяч тонн заменителей грудного молока, более 3500 тонн детского instantного чая и 4600 тонн детского печенья в год.

– Продукция «Фармалакт» реализуется только через розницу, или существуют какие-то централизованные закупки от медучреждений или других ведомств?

– Мы используем различные каналы продаж – это сетевая и традиционная розница, интернет-торговля, специализированные закупки, а также активно участвуем в государственных бюджетных поставках продуктов детского питания.

Считаем очевидным успехом достижение к концу 2019 года третьей по объёму доли продаж в категории «детское печенье» (по данным исследовательского агентства Nielsen).

– Куда сегодня поставляется ваша продукция? Есть ли планы по расширению географии поставок?

– Продукт поставляется в самые крупные сети России и многие страны бывшего СССР. Продукция доступна российским покупателям от Дальнего Востока до Калининграда. В среднесрочной перспективе компания усилит представленность брендов в федеральных и крупных локальных сетях России. В долгосрочной перспективе планируем выйти на дополнительные международные рынки и добиться широкой представленности продукции за рубежом.

– Ваша продукция относится к числу социально значимых. Насколько она доступна? Какова ценовая политика компании?

– Мы осознаём высокую социальную ответственность перед потребителями нашей продукции. Вся продукция, выпускаемая на заводе, является высококачественной, при этом оставаясь доступной для всех категорий граждан. Особенно это важно для заменителей грудного молока, ведь ввозимые из-за рубежа смеси зачастую стоят неоправданно дорого. В категории потребителей мы ориентируемся на так называемую «вологдскую маму», имеющую потребность в безопасном и доступном питании для своего ребёнка. Эта «среднероссийская» мама выдвигает высокие требования к качеству питания своего ребёнка и доверяет отечественным продуктам.

– В чём вы видите миссию компании «Фармалакт»?

– С момента нашего выхода на рынок мы преследуем лишь одну цель – производить качественные и доступные продукты питания для детей первого года жизни и вырастить здоровое поколение!

– Каковы планы компании в наступившем году? А в пятилетней перспективе?

– Компания ставит перед собой амбициозные планы по расширению продуктовых линеек и представленности продукции как на территории РФ, так и в странах бывшего Союза.

Беседовала
Елена Александрова





**Oleg Krasnikov,
Farmalakt:**

The human being is a mammal, and the history of attempts to replace breast milk for the infants deprived of it is as old as time. First people tried to use milk of animals: let's remember the myth about goat Amalpheus, which fed Zeus. But newborn infants not of divine origin often got sick and died from such a diet. Wealthy families invited a foster-nurse, and a poor woman had to leave her own baby to her relatives or give it to a foundling hospital, for possible death.

The "beginning of the end" of these dark times was laid in 1867 by Swiss pharmacist Henri Nestlé, who invented a mixture of dried cow milk, wheat flour and sugar to feed his own firstborn.

Water-diluted Nestlé Milk Flour was the first artificial baby food in the world and quickly gained popularity. Soon, Nestlé had competitors such as Nutricia from Holland. But Russia was not lucky to produce milk substitutes for women for a very long time. However, the situation nowadays gets better! We have talked about this with Oleg Krasnikov, CEO of Farmalakt.



OUR MISSION IS TO RAISE A HEALTHY GENERATION!



– Mr. Krasnikov, Farmalakt Ltd. was opened less than two years ago, but the team involved in the project has a long experience in establishing baby food production facilities. Tell us about your team and the way the project started.

– Yes, our team members are not beginners in the business! The team has many years of experience working at baby food enterprises in Russia.

In 1998 – 2001, at our participation, the restart and power ascension of the declared capacities of Vologda Baby Food Plant was carried out. And in 2000 -06 the project of Moscow Baby Food Plant foundation started successfully. In 2007 – 15 years we were engaged in the creation of the Ivanovo Baby Food Plant project and its successful achievement of the declared capacities.

– The Farmalakt baby food production facility is located in the DEGA-Noginsk industrial park. Why have you chosen this area?

– When choosing the location for the new plant we proceeded from the following criteria: the production should be within a radius of no more than 100 km from Moscow, close to the main federal highways, have the necessary engineering communications, access roads and available energy resources. The possibility of acquiring a land plot in ownership was a mandatory condition. The site in the DEGA-Noginsk industrial park offered by Dega Development fully met the selected criteria.

The DEGA-Noginsk industrial park, located just 37 kilometers from

the capital, has all conditions for its residents: an extensive autonomous engineering communications network, asphalt, fenced territory, and its own modern power plant with a capacity of up to 70 megawatts. The park is located in a densely populated area of the Moscow region and is fully provided with labor of various qualifications. Due to these indicators, corresponding to industrial parks of the European level, Farmalakt has chosen a site in the Dega-Noginsk industrial park.

In 2019, the Farmalakt production site was successfully audited and received the ISO 22000 International Certificate.

The site is based on the principles of the HACCP (Hazard Analysis and Critical



Control Points) system. A systematic hazard analysis is the basis of effective food safety management.

– ***Farmalakt produces baby formula, baby teas, baby biscuits and other food products for infants. Your production plays an important role in the state program of import substitution. Tell us more about the range of products.***

– Baby formula is the main product of the Farmalakt company. In addition, the company produces baby biscuits and teas. All production facilities are located at one site - this is a unique situation for Russia.

The baby food production requires strict compliance with the norms regulating quality of the product, the properties of

which must correspond to the physiological characteristics of a child.

Today Russia and CIS countries have to import most of baby formula. The new production will make it possible to supply the market with high quality products made in Russia.

– ***It is hard to find a product the quality of which would have such an impact on the future human health and vitality as of breast milk substitute. Scientists all over the world work to bring its formula as close to human breast milk as possible. How close have you approached the ideal set by nature? What components are the substitutes made of? What are ingredients of other products - teas, biscuits?***

– While developing the Mamelle product line of baby formula, we, first of all, had a number of consultations with the specialists of FGBUN FIC of Nutrition and Biotechnology, in order to improve the optimal formula of the mixture. The development process considered the peculiarities of babies' nutrition in the early stages of life. To date, basing on the results of breast milk research, we have developed the Mamelle formula as close as possible to the breastmilk composition. Components that have passed strict multi-stage quality control and contain no palm oil are used in the production of formulae.

Mixtures do not contain products obtained using GMOs, coloring agents, preservatives and artificial additives.



The same approach is applied to the selection of ingredients and quality control for biscuit and tea product lines.

Keeping up with the latest trends, we have developed and marketed a new product – Ma-Mamelle formula for pregnant and lactating mothers. It is designed to meet the increased needs of the expectant mother, as well as for early recovery after childbirth.

– Farmalakt factory is equipped with the most modern production lines. Tell us about your equipment.

– During the Farmalakt plant construction, special attention was paid to the choice of equipment suppliers. Automated lines from the world leaders are installed in our production facilities. The efficient spray drier with gas heat exchanger is used to produce milk powder. Finished products are packed in neutral nitrogen environment in hermetic composite material bags.

The tea production is also automated and fully complies with the requirements of food production. During the manufacturing process, components gradually move through the mixing, dosing, pelletizing, drying and packaging stages.

The biscuit manufacturing process chain includes raw ingredients preparation, dough kneading, working, baking, cooling and packaging. The recipe and production methods enable the creation of a product of higher nutritional value, while ensuring consistent quality.

Each batch of finished products is evaluated on physical and chemical, microbiological and organoleptical indicators.

The enterprise management pays special attention to strict observance of sanitary-and-hygienic norms. Sterility is maintained in the production facilities, the personnel is regularly inspected.

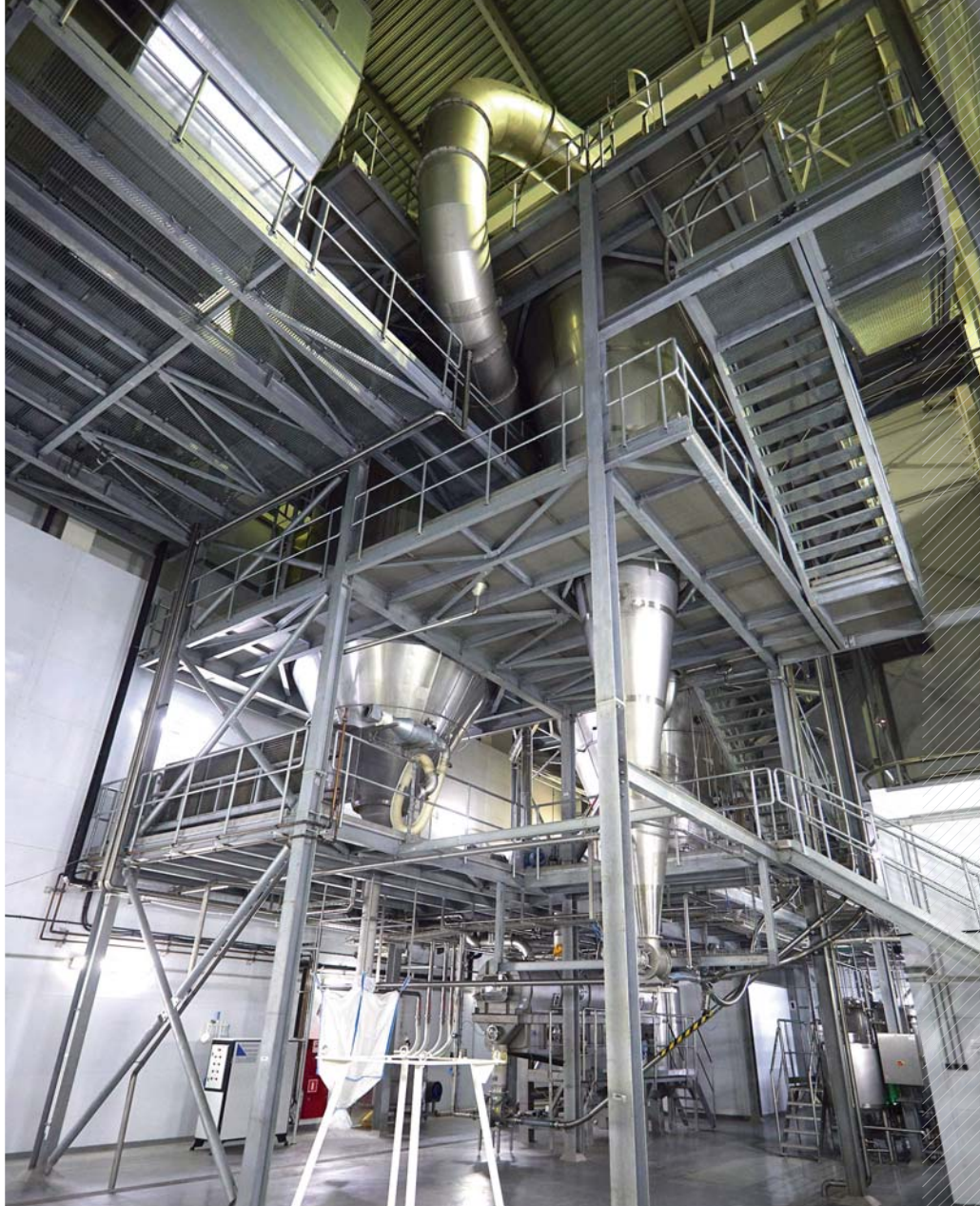
The plant is equipped with a modern laboratory for assessing indicators of used raw materials, production process (at all stages) and the finished products.

– What is the production capacity? Are there reserves?

– The production capacities of the plant have great potential, which is now being implemented for the release of products under our own trademarks, and for the contract production. Growing demand for products provides the plant with orders. There is also potential for additional production.

The plant production capacity covers over 10 thousand tons of baby formula, more than 3500 tons of baby instant tea and 4600 tons of baby biscuits per year.

– Are Farmalakt products sold only through retail? Are there any centralized purchases from medical institutions and other agencies?



– We use various sales channels, such as online and traditional retail, Internet commerce, specialized purchases; we also actively participate in the state budget supply of baby food products.

We consider the achievement by the end of 2019 of the third highest sales share in the baby biscuits category (according to the Nielsen research agency) to be the obvious success.

– Where are your products delivered today? Are there any plans to expand the geography of supplies?

– The products are delivered to the largest stores of Russia and many countries of the former USSR. From the Far East to Kaliningrad our products are available to Russian customers. In the medium term, the company plans to increase the presence of brands in federal and large local networks of Russia. In the long term, we plan to enter new international markets and achieve wide representation of products abroad.

– Your products are socially important. How available are they? What is the pricing policy of the company?

– We are aware of the high social responsibility towards the consumer of our

products. All the goods produced by the plant are of high quality, while remaining available to all categories of citizens. This is especially important for breast milk substitutes, as imported mixtures are often unreasonably expensive. We consider so-called “Vologda mother”, who needs safe and affordable food for her baby, as a consumer category. This “average Russian mother” places high demands on the quality of her child’s nutrition and trusts domestic products.

– What do you see Farmalakt mission?

– Since our appearance on the market we have the only goal - to produce quality and affordable food for children starting from the first year of their life, and to raise a healthy generation!

– What are the company’s plans for the year 2020? And for the next five years?

– The Company has ambitious plans to expand its product lines and representation both in Russia and in the former Soviet Union.

The interview was taken
by Elena Alexandrova



НАТАЛЬЯ ПИНЯГИНА:

«О МОДНОМ ДОМЕ STEFANIA БУДЕТ ГОВОРИТЬ ВЕСЬ МИР!»

Сегодня одевать детей красиво, стильно, удобно и оригинально хочет большинство родителей планеты. И рынок пестрит предложениями. Нам даже трудно представить, что детской моде всего-то чуть больше 200 лет!

Да-да, почти всю историю человечества детей одевали, в мельчайших деталях копируя взрослую моду. Крошечные инфанты, затянутые в корсеты и окружённые широчайшими кринолинами, не позволявшими сесть или дотянуться до чего-либо; маленькие кронпринцы в напудренных париках, затянутые в мундиры и лосины... Детство точно не было для них беззаботной порой! А костюмы младенцев, туго спелёнатых, состояли просто из отреза материи.

Революционером в детской моде считают... философа Жан-Жака Руссо. В сочинениях о воспитании он пропагандировал «целебную детскую одежду», не стесняющую движений. И под влиянием философа прогрессивная Европа передела своих отпрысков! Появились свободные муслиновые платьица, короткие панталончики и штанишки, француз Пине предложил детские туфельки, которые стали называть, правильно, пинетками. Российская императрица Екатерина Великая, поклонница Руссо, даже сама придумала для внуков вариант детской одежды, что-то вроде комбинезона, став первым в стране детским модельером... С тех пор и началось развитие детской моды, одежда становилась всё ярче, разнообразнее и комфортней. Но, конечно, такого расцвета, как сегодня, она не знала ещё никогда! О тенденциях в этом захватывающем мире и об одном из популярных брендов детской одежды Stefania мы поговорили с его основателем и владелицей Натальей Пинягиной.

– Наталья, премиальный бренд детской одежды Stefania вы с мужем Олегом подарили дочке Стефании на её первый день рождения, сделав её самой юной обладательницей фэшн-марки – ну, по меньшей мере в Европе и России. Но при всей эффектности это было сделано не ради «красивого жеста», а продиктовано историей вашей семьи.

– Философия модного дома Stefania Pinyagina несёт в себе семейные ценности, безграничную родительскую любовь и мягкую, трепетную заботу, с особым акцентом на воспитание истинного благородства и редкого чувства красоты, которые передаются из поколения в поколение. История нашей семьи получилась яркой и интересной. Мы, как и все, наверное, периодически сталкиваемся с различными трудностями и сложными ситуациями, но они делают нас только сильнее, сплочённое и помогают развиваться. Со стороны мой путь может показаться сказочным, хотя я сама так сказать не могу. Но оглянувшись назад, я ни в коем случае не стала бы что-то менять, каждая ситуация – бесценный опыт, благодаря которому сегодня у меня есть всё, что имею.

– Вашей очаровательной дочке, имя которой переводится как «коронованная», идёт шестой год. Когда ей было три, она изучала три языка, занималась музыкой, хореографией, рисованием и вместе с родителями участвовала во всевозможных показах и благотворительных акциях. А чем Стеша увлекается сейчас? Такая известность в столь юном возрасте как-то повлияла на её характер? Как Стефания относится к тому, что платья и футболки с её именем носят сотни девочек в разных странах? Кем мечтает стать? А что больше всего не любит?

– Для нас, как и для других родителей, наш ребёнок – особенный. Дочь растёт в окружении любви и заботы, каждый её день наполнен различными занятиями и факультативами, и это помимо учёбы в школе. Она пошла в первый класс раньше своих сверстников и уже в пять лет гордо носила звание первоклассницы. Проявления её характера можно рассказывать часами: несмотря на возраст, она чётко знает, чего хочет и что ей нравится. Видимо, сказывается знак зодиака – она истинный Стрелец! Пока сложно рассуждать, что её ждёт в будущем, однако нам хотелось бы, чтобы она продолжила дело семьи и возглавила собственный модный дом. Сейчас ей очень нравится заниматься дизайном одежды, и уже в следующем сезоне выйдет коллекция, в создании которой Стефания принимала непосредственное участие – рисовала эскизы, выбирала ткани и принты.



– Уже более 20 лет PINYAGIN CORPORATION занимает лидирующие позиции на рынке детского ритейла, продвигая и развивая итальянские бренды De Salitto, Pinetti, а в 2015 году к ним присоединился и бренд Stefania. Расскажите истории первых двух брендов. В чём особенности каждого из них? Для каких возрастных групп они предназначаются, какие линии представляют?

– Бренд De Salitto представлял стильную итальянскую одежду для мальчиков и девочек, а Pinetti – это коллекция школьной формы. Они охватывали возрастные группы от 3 до 16 лет, каждый из брендов был по-своему особенным. Коллекции одежды были созданы для того, чтобы прививать детям чувство красоты и гармонии, помогать ребёнку выразить себя, найти свой уникальный образ и посредством него общаться с окружающим миром. Оба бренда пользовались невероятным успехом и быстро приобрели аудиторию.

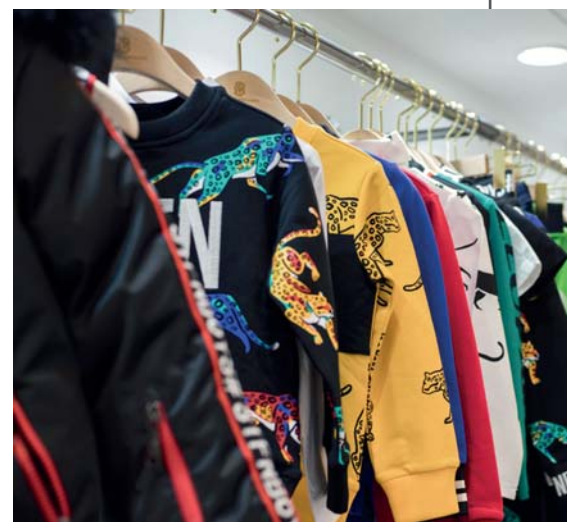
Однако на данный момент мы находимся на этапе ребрендинга, магазины видоизменяются и теперь будут называться Stefania. Ребрендинг связан с общими изменениями в мире моды. Меняются поколения и дети, для которых мы создаём коллекции. Мы хотим идти в ногу с мировыми тенденциями, а значит, готовы к изменениям, которых требует от нас время. В наши дни время – это бесценный ресурс, при этом оно бежит, несмотря на то, успевают ли за ним. Цель нашего ребрендинга – никогда не отставать от этого «марафонца». Новые магазины Stefania станут более узнаваемыми, объединяющими в себе наше ценное прошлое и готовыми привнести много нового в увлекательное будущее.

Для большего удобства Stefania будет объединять в себе три линии: Stefania, Stefania Boys и Stefania School. Коллекция Stefania – одежда для девочек и мальчиков от 3 до 16 лет и для учёбы, и для игр, и для спорта, она подойдёт для вечеринок или праздника, приковывая к себе все взгляды окружающих.

– Принты бренда Stefania прошлых лет – яркие цветы и птицы, фрукты и бантики, котята и плюшевые мишки. Всё это, наверное, было модно у девочек 1900-х годов и будет модно ещё лет сто. А что нового предлагает в этом смысле Stefania в наступившем году? А в цветовых решениях? Леопардовый принт по-прежнему ваш талисман? Каковы вообще последние тенденции мировой детской моды, и как они отражаются на ваших новых коллекциях? Что будет самым неожиданным для поклонников бренда, скажем, в весенне-летней коллекции 2020-го? А тренды конца наступившего и начала следующего года уже известны?

– Детская мода идёт в ногу с мировыми fashion-трендами. В сезоне весна-лето мы предлагаем поклонникам марки совершить путешествие в океан моды и забыть про скучные стандарты. Главной темой стали оригинальные летние мотивы и буйство красок. В Москве и так слишком долго бывает серо за окном. И вот, наконец, наступает время сказать «Прощай!» печальной серости и окунуться с головой в яркие и сочные оттенки предстоящего сезона. В Марбелье солнца больше, именно сочными красками природы мы и вдохновлялись, когда работали над коллекцией. Богатый ассортимент фасонов с изысканными, приятными на ощупь текстурами и изящным кроем завораживает множеством тканей и цветовой гаммой, разнообразием деталей и элементов, а также широкими возможностями функциональности. Коллекция состоит из различных капсул одежды для девочек и мальчиков ростом до 170 см, поэтому многие мамы смогут подобрать семейный образ одновременно для себя и ребёнка, просто одевшись в наряды из одной капсулы.

– Ваша компания специализируется на разработке, производстве, продвижении и дистрибуции детской модной одежды. Для этого необходима целая инфраструктура: дизайнерские бюро, фабрики по производству тканей, фурнитуры и одежды, собственные бути-





ки, дилерская сеть. Давайте поговорим обо всех ступенях производства детской модной одежды. И прежде всего о тех, кто определяет неповторимое лицо бренда – дизайнерах. Что вы больше всего цените в своих дизайнерах? Сколько моделей, и каких линеек они представляют в сезон, в год?

– У нас большой и дружный коллектив, и только совместная работа над каждым проектом даёт плодотворный результат. Что касается дизайнеров, то на них лежит одна из главных миссий в нашем большом «механизме», ведь не всегда просто правильно интерпретировать и реализовать задумки. Самым главным идейным вдохновителем по части креатива является Олег: именно он придумывает принты и цвета коллекции. В каждом сезоне он продумывает все капсулы для коллекций одежды для мальчиков и девочек, уделяя особое внимание деталям и функциональности. Ежегодно мы выпускаем две большие коллекции согласно сезонам – весна-лето и осень-зима; каждая коллекция, в свою очередь, разделена на капсулы. Например, в летней есть особая круизная капсула, а в осенне-зимней – нарядная новогодняя. В команде дизайнеров мы как руководители в первую очередь ценим ответственность и, конечно, любовь к своему делу: лишь тогда, когда сотрудник сам получает истинное наслаждение от своей работы, удастся создавать что-то интересное.

– Теперь о технической стороне вопроса: ткани, фурнитура и т. д. Где они изготавливаются, какие требования к качеству вы предъявляете?

– У нас всегда высокие требования к подрядчикам, с которыми мы сотрудничаем – будь то печать баннеров на витрины или изготовление брендированных пуговиц. Такой уж у нас стиль ведения бизнеса: если уж и делать что-то, то только хорошо! Так же мы относимся и к фабрикам, кото-

рые сотрудничают с нами на таких этапах производства, как подбор ткани и фурнитуры. Мы привыкли контролировать каждую деталь и выбирать для создания коллекций самое лучшее из возможных вариантов. У нас большое разнообразие капсульных коллекций на каждый сезон, и все они уникальны своими тканями и фурнитурой.

– Создатель бренда De Salitto Исцелио де Салитто как-то сказал: «Мы не просто продаём детскую одежду, мы задаём хорошее настроение и прививаем детям чувство стиля». Думаю, эти слова справедливо будет распространить на все бренды, которые вы представляете. А в чём заключается чувство стиля, если дело касается совсем юных модниц и модников? И не противоречит ли желание родителей нарядить детей модно и стильно (а значит, недёшево) самой непосредственной природе детства, всегда готового «залезть, куда не надо», чтобы там «разбить коленки и перепачкаться до неузнаваемости»?

– Дети есть дети: любопытство у них в крови, и «залезть, куда не надо» они большие мастера. Однако это нисколько не мешает им одеваться стильно и подбирать модные образы. Я уверена, что чувство прекрасного нужно воспитывать с самого раннего детства, и это не только об одежде. А по поводу того, что наша одежда стоит недёшево, могу лишь сказать, что в каждом сегменте есть свой покупатель и при желании можно легко подобрать стильный образ в той ценовой категории, которую позволяет бюджет. Желание современных родителей одевать своих чад модно оправдано духом времени: сейчас дети растут быстрее, в эру информационных технологий гораздо раньше вступая во взрослый мир и узнавая обо всех текущих тенденциях в жизни, и в моде в том числе.

– Где производится ваша одежда? А где она продаётся, в каких городах и странах? Расскажите о своих фирменных бутиках. В чём их неповторимость? Расскажите также о своих партнёрах и франчайзи. Насколько обширна их сеть?

– Наш флагманский бутик расположен в живописном районе Марбельи, помимо этого у нас есть сеть собственных розничных магазинов в Москве в самых крупных торговых центрах, а также большая сеть партнёров и франчайзи, с которыми мы успешно сотрудничаем на протяжении уже долгого времени. Часть из них активно развивает свои магазины на территории России, помимо этого, есть агенты в Англии и Ирландии. В этом году мы активнее развиваемся на территории Европы

и Америки – для нас это очередная яркая ступень в развитии бизнеса, и мы надеемся, что с каждым годом сеть бутиков Stefania будет только расти.

– Кто покупатели ваших брендов?

– Наши покупатели – это люди, которые ценят качество и стиль продукции. Они выбирают яркие и модные образы и для себя и для своих детей. Это касается как повседневной одежды, так и облика для особых случаев или школы. Каждый из наших покупателей уникален и, как правило, совершив покупку однажды, остаётся с нами на долгие годы. Наша система лояльности позволяет постоянным покупателям пользоваться гибкой системой скидок и получать бонусы ко дню рождения или праздникам: мы любим и ценим каждого своего покупателя.

– Каковы ваши планы на наступивший год? А на ближайшие несколько лет?

– За последний год у нас прошли показы на неделях моды в Москве, в Сочи и особый закрытый показ во Флоренции. Наш бренд принял участие в специализированных выставках детской моды – Pitti Bimbo в Италии, CJF, Best Luxury Stores, Children Salon в Нью-Йорке, и в этом году не намерены сбавлять темп. Мы строим грандиозные планы и верим в том, что нет недостижимых целей. Если вкладывать в дело всю свою любовь и силы, несмотря ни на какие трудности, бизнес будет процветать. Мы уверены, что о модном доме Stefania со временем будет говорить весь мир!

Беседовала Елена Александрова





NATALIA PINYAGINA:

– Ms. Pinyagina, you and your husband Oleg presented the premium brand of children's clothing Stefania to your daughter Stefania on her very first birthday, thus making her the youngest fashion brand owner, at least in Russia and Europe. Despite the dramatic effect, it was done not as a beautiful gesture, but dictated by the natural development of your family history.

– The Stefania Pinyagina fashion house philosophy embodies family values, endless parental love and soft, careful protection, focusing on fostering true nobility and aesthetic sensitivity which are inherited from generation to generation. The history of our family is bright and interesting. We, like many others, face various difficulties from time to time, but they make us stronger, more cohesive and help us to improve. My path may seem fantastic to onlookers, although I cannot say so. But looking back, I would never change anything, every situation is an invaluable experience, thanks to which I have everything I have today.

– Your charming daughter, whose name means “crowned”, is six years old. When she was three, she studied three languages, was engaged in music, choreography, drawing and, together with her parents, participated in all kinds of shows and charity events. What is Stesha interested in at the moment? Has her personality been somehow influenced by the popularity at such a young age? How does Stefania feel about the fact that hundreds of girls in different countries wear dresses and T-shirts with her name? What does she dream to be? And what she doesn't like the most?

“THE STEFANIA FASHION HOUSE WILL GAIN WORLDWIDE POPULARITY!”

Most parents of the planet want to dress their children nicely, stylishly, comfortably and originally. The market is full of offers. It is hard to imagine that children's fashion is a little more than 200 years old!

Almost the entire history of mankind, children were dressed, copying adult fashion to the smallest details. Tiny infants tightened into corsets and surrounded by the massive crinolines which made impossible to sit down or touch anything; little crown princes in powdered wigs dressed in coats and tights... Childhood was certainly not a carefree time for them! And the costumes of newborns, tightly ripened, consisted simply of a cut of fabric.

The philosopher Jean-Jacques Rousseau is considered to be a revolutionary in children's fashion. His compositions on education mentioned “healing children's clothing”, not embarrassing movements. Progressive Europe has dressed up its offspring under the influence of the philosopher! There appeared free muslin dresses, short pantaloons and pants. The Frenchman Piniet introduced baby-shoes, which nowadays are called in Russia - pinietki. Russian Empress Catherine the Great, a devotee of Rousseau, came up with clothing solutions for her grandchildren. She invented something like a jumpsuit and became the first children's fashion designer in the country.

Since then, the children's fashion began to develop, becoming brighter, more diverse and comfortable. But, of course, it has never known such a heyday as nowadays! We talked with Natalia Pinyagina, founder and owner of children's clothing STEFANIA, about this popular brand and exciting world of children's clothing trends.

– For us, as for other parents, our child is a special one. Our daughter grows up in the atmosphere of love and care, every day is full of different activities and extra-curricular classes, and this is in addition to school. She went to school earlier than her peers and was proud to be a first-grader at the age of 5. Her character can be talked about for hours: despite her age, she knows clearly what she wants and likes. It seems the Zodiac sign influences her - she is a genuine Sagittarius! It's hard to say what awaits her in the future, but we would like her to continue the family business and head her own fashion house. Now she enjoys doing fashion design. Next season a collection in which Stephanie was directly involved in, drawing sketches and selecting fabrics and prints, will be presented.

– *For more than 20 years PINYAGIN CORPORATION is a leader on the children's retail market, promoting and developing Italian brands De Salitto, Pinetti, the Stefania brand joined them in 2015. Tell us the stories of the first two brands. What are characteristics of each of them? What age groups are they designed for, what lines do they represent?*

– The De Salitto brand presented stylish Italian clothes for boys and girls, while Pinetti was a collection of school uniform. They covered the age groups from 3 to 16 years; each of these brands was distinctive in its own way. The clothing collections were created to cultivate sense of beauty and harmony, to help children express themselves, to find their unique image and to communicate with the world around them. Both brands were incredibly successful and quickly gained their audience.

However, at the moment we are in the re-branding phase, the stores are being changed and will be named “Stefania”. The rebranding is related to the general changes in the fashion world. The generations and children for whom we create collections are changing. We want to keep up with global trends. It means we are ready for the changes which time requires of us. These days, time is an invaluable resource, and it runs, no matter if we keep up with it. The purpose of our rebranding is to never fall behind this “marathon runner”. The new Stefania stores will become more recognizable, combining our valuable experience of the past and new ideas for the exciting future.

For more convenience, Stefania will combine 3 lines: Stefania, Stefania Boys & Stefania School. The Stefania collection is designed for girls and boys from 3 to 16 years of age, for school, games and sports, and will suit for a party or celebration, attracting everyone's attention.

– *Bright flowers and birds, fruits and bows, kittens and teddy bears were the Stefania brand prints of the past years. All this has probably been fashionable for girls of the 1900s and will remain fashionable for another hundred years. And what does Stefania have to offer in this respect in the present year? What about the colours? Is the leopard print still your mascot? What are the latest trends in the international children's fashion, and how do they influence your new collections? What will be the most unexpected for fans of the brand in the spring-summer collection 2020? Are trends of the end of the current year and the beginning of the next one already known?*



– Children's fashion keeps up with the world fashion trends. The spring-summer season invites the brand admirers for a voyage into the ocean of fashion leaving behind the boring standards. The main theme is original summer motifs and a rave of colour. It is too often grey outside the window in Moscow. It's time to say “Goodbye!” to sadness and experience the bright and juicy hues of the upcoming season. There is more sun in Marbella; the juicy colours of its nature inspired us in work on the collection. The rich assortment of styles with exquisite, pleasant textures and elegant design fascinates with a variety of fabrics and colours, details and elements, and a wide range of functionality. The collection consists of various clothing capsules for girls and boys up to 170 cm tall, so many mothers will be able to get a family image for both for themselves and their children by dressing in one capsule outfit.



– *Your company specializes in the development, production, promotion and distribution of fashionable clothes for children. This requires a comprehensive infrastructure: design offices, factories producing fabrics, accessories and clothing, own boutiques, dealer network. Let's talk about all stages of production of fashionable children's clothing and especially - about those who define the distinctive identity of the brand - designers. What do you value most in your designers? How many models, and what lines they present in a season, a year?*

- We have a large and friendly team. I believe that a joint work on each project gives a fruitful result. As for designers, they have one of the most important missions in our big "mechanism", because it is not always easy to interpret and implement ideas correctly. Oleg is a mastermind in terms of creativity - he invents the prints and colors of the collection. He designs all the capsules for boys and girls for each season, paying great attention to details and functionality. Every year we produce two large collections according to seasons - spring/summer and fall/winter; each collection in its turn is divided into capsules. For example, there is a special cruise capsule in summer collection and an elegant New Year's Eve capsule in winter one. In a team of designers, we, as managers, first of all appreciate responsibility and, of course, love for work: only when an employee gets a real pleasure from his/her work, it is possible to create something worthy.

- Let's talk about the technical side: fabrics, trimmings, etc. Where are they made, what quality requirements do you have?

- We always have high requirements to the contractors we cooperate with - no matter whether we need printing banners for showcases or branded buttons. This is our business style: if to do something, to do it well! The same way we consider the factories which cooperate with us at such stages of production, as a selection of fabric and trimmings. We get used to controlling every detail and choosing the best of possible options to create collections. We have a wide variety of capsule collections for each season, and they are all unique in their fabrics and trimmings.

- The De Salitto brand creator once said: "We don't just sell clothes for children; we set high spirits and give children a sense of style." I think this is fair for all the brands that you represent. And what is the sense of style when it comes to very young candy kids? The will of parents to dress up children fashionably and stylishly (and therefore - expensive) may contrast to the very nature of childish fidgety "always ready to climb and run", to "wear out jeans into the holes and get dirty to unrecognizability."

- Children are children: curiosity is in their blood, and they are great masters of all sorts of "climbing". However, this does not prevent them to dress stylishly and try on fashionable images. I am sure that the sense of beauty should be brought up since the early childhood, and this is true not just for clothes. As for the fact that our brand is not cheap, I can say that each segment has its own buyer, and if you wish, you can easily find a stylish image in the price category suitable for your budget. The desire of modern parents to dress their children fashionably is justified by the spirit of the time - children grow up faster nowadays. In the era of information technologies, they enter the adult world much earlier and learn about all current trends in life, including fashion.

- Where is the production of your brand clothes? What cities and countries are sales outlets located? Tell us about your branded boutiques. What's their uniqueness? Tell us also about your partners and franchisees. How extensive is their network?

- Our flagship boutique is located in the picturesque area of Marbella; we also have a network of our own retail stores in the largest shopping centers in Moscow, as well as a large

network of partners and franchisees that we have been successfully cooperating for a long time. Some of them actively develop their stores in Russia; in addition, we have agents in England and Ireland. This year we develop more actively in America and Europe - for us this is another bright step in the business development, and we hope that the STEFANIA boutique chain will grow every year.

- Who are your brand customers?

- Our customers are people who appreciate quality and style. They choose bright and fashionable looks for themselves and their children. This applies both to everyday wear and to holiday and school clothes. Each of our customers is unique and, as a rule, once they make a purchase, they stay with us for many years. Our loyalty system allows regular customers to enjoy flexible discounts and receive birthday and holiday bonuses - we love and appreciate each and every one of our customers.

- What are your plans for the year 2020? And for the next few years?

- Last year we had fashion shows in Moscow, Sochi and a special closed fashion show in Florence. Our brand took part in specialized exhibitions of children's fashion - Pitti Bimbo in Italy, CJF, Best Luxury Stores, Children Salon in New York, and this year we intend not to slow down. We have ambitious plans and believe that there are no unachievable goals. If you dedicate all your love and energy to your business, regardless of any difficulties, the business will flourish. We are sure that in due course the STEFANIA fashion house will gain worldwide popularity!

The interview was taken by Elena Alexandrova





АЛЛА БОРИСОВА:

«ОДНА ИЗ ГЛАВНЫХ ЗАДАЧ
ПРОИЗВОДИТЕЛЯ –
ДУМАТЬ О БЕЗОПАСНОСТИ»

«Бизнес за здоровое детство», «бизнес не из-за детей, а ради детей», «радость малышам, помощь родителям» – этими понятиями при ведении своей предпринимательской деятельности руководствуется наша сегодняшняя собеседница Алла Эдуардовна, основатель брендов Baby Swimmer, Terlokid и филиала школы по развитию когнитивных способностей BrainFitness в Москве. В этом интервью Russian Business Guide она рассказала, почему нельзя покупать круги для купания младенцев наобум, зачем тренировать мозг нужно каждому, а также о том, чем её удивил детский розничный рынок.

– Алла, вы производите надувные круги Baby Swimmer и обогревающие подстилки для детских автокресел. Расскажите, пожалуйста, какими критериями нужно руководствоваться при выборе этих товаров?

– Круги для купания младенцев нужно выбирать, отталкиваясь от того, кем они изготовлены и из чего сделаны. В материале не должно быть содержания токсичных веществ, которые могут накапливаться в организме ребёнка. На сегодняшний момент круги для плавания производятся уже многими конкурентами, и, к сожалению, не все из них безопасны. В России, в отличие от Европейского союза, нет необходимых стандартов производства для этого вида товаров. Это позволяет не совсем добросовестным участникам рынка экономить на конструкции и материале, удешевляя конечный продукт. Не стоит полагаться на высокое качество вещи за дешёвую стоимость. Безопасные материалы стоят дороже, к тому же часть из них не производится в России, что тоже увеличивает цену товара.

При выборе обогревающей подстилки качество ткани не так важно (нет прямого контакта с кожей), как температурные режимы и наличие функции автоматического отключения подогрева при достижении заданной температуры.

Подогрев детских кресел никогда не будет таким сильным, как подогрев сидений для взрослых, из соображений безопасности, потому что маленький ребёнок не может выключить систему сам или попросить об этом, когда почувствует высокую дискомфортную температуру.

Одна из главных задач производителя – думать о безопасности.

– Кроме производства детских товаров под собственными торговыми марками, вы ещё руководите тренинго-

вым центром для людей всех возрастов BrainFitness, но главное – для подросткового поколения. Почему часть своего бизнеса вы решили реализовать именно в детской тематике?

– Желание иметь собственный бизнес росло с первых дней учёбы в университете. Когда я начала работать, поняла, что по натуре являюсь исполнительным человеком и не нуждаюсь в руководителе, который бы довлел надо мной, постоянно принуждал к деятельности. Такое отношение, наоборот, доставляло дискомфорт.

Ко мне приходило много различных идей, но ни одна из них не стала той искрой, которая разожгла пламя внутри, пробудила желание и подтолкнула наконец взяться за дело. Потом изменились обстоятельства семьи – появился ребёнок. И именно он и дал ту искру. В уходе за ним стало понятно, насколько важно иметь соответствующие безопасности и комфорту вещи, которые я сейчас выпускаю. Не только мне, но и всем родителям. Я пришла в индустрию не из-за детей, а ради детей.

Сразу было принято решение, что всё будет изготавливаться под собственной торговой маркой. В Европейском союзе мы получили соответствующие сертификаты и допуски к продаже. Однозначно только с этими разрешениями товар может продаваться на полках Европейского союза. Там достаточно много критериев для детей до 3-х лет.

Мы запатентовали конструкции предметов на территории РФ, стран СНГ, в Германии. Для подогрева автокресел был подобран терморегулятор, конструкция обогрева была разработана под пятиточечные ремни. Также было принято решение, что продукция будет ввозиться абсолютно прозрачно, без каких-либо корректировок документации, подложных свидетельств.

– Какие трудности возникали на этапе становления компании, которые не были предусмотрены бизнес-планом?

– Мы вышли на рынок после 2009 года. Нами была установлена рекомендованная и доступная для розничного потребителя цена, и она по нашим ожиданиям должна была остаться более-менее неизменной.



Для нас было удивлением, когда мы узнали, что по этой стоимости оптовые продавцы только продают дальше. Каждый следующий примерно столько же добавлял, в итоге товар до покупателя мог доходить в 4, а то и в 5 раз дороже. Но, увеличив предложение на рынке, мы не позволили компаниям дальше манипулировать ценой и зарабатывать на этом в несколько раз больше. Наш товар стал появляться не только в отдельно взятых магазинах, но и в крупных – сетевых.

Также мы были не готовы к тому, что потребуются время убедить руководство предприятий розничной торговли в действительной необходимости нашей продукции для родителей. Если товар ранее не был известен ни потребителю, ни продавцу, то магазины с очень большой осторожностью берут его на продажу. И нас это удивило, потому что, когда появляются какие-то модные, трендовые вещи, они очень быстро находят отклик среди продавцов, хотя это рынок короткого спроса: полгода, год максимум. Но мы преодолели этот барьер благодаря востребованности в глазах потребителя. Круги на шею для купания Baby Swimmer продавались и сейчас пользуются большим спросом у покупателей от Калининграда до Южно-Сахалинска.

– Расскажите, пожалуйста, о центре BrainFitness. Какое преимущество он даёт своим ученикам перед остальными?

– Задача школы – заставить работать спящие участки мозга и помочь полушариям взаимодействовать одновременно в необходимый момент времени.

Из-за большого объёма поступающей информации наш мозг без специальной тренировки уже не способен правильно её систематизировать, обрабатывать и фильтровать. Начинают страдать когнитивные функции: внимание, память, мышление, и человек приходит к состоянию, когда за деревьями леса не видит.

Дети в подготовительных группах и начальных классах перестали справляться с элементарными задачами, потому что их мозг не готов к принятию такого большого количества знаний. Из-за этого они начинают отставать в учёбе, теряют к ней интерес. Справляются только ребята, у которых в силу наследственных факторов сильно развиты способности мышления, или те, кого в семье в процессе воспитания научили правилам обработки информации.

К тому же, выполняя изо дня в день одну и ту же работу, постоянно используя технику для выполнения повседневных задач, мы не создаём возможностей для тренировки мозга. Отдельные его части начинают засыпать. Примерно таким же образом влияет и сидячий образ жизни на наше физическое тело.

Эти проблемы решают регулярные упражнения, которым мы учим как детей и подростков, так и взрослых, и пожилых людей в нашем центре. Это филиал Международной школы Л. Л. Васильевой. Всего в Москве сейчас четыре таких учреждения. Мы предоставляем только индивидуальное обучение. В других трёх проводятся как индивидуальные, так и групповые занятия.

Подчас дошкольники справляются с некоторыми упражнениями лучше, чем взрослые, мозг которых уже слишком перегружен. При постоянной нагрузке на левое полушарие и отсутствии специальных упражнений мы не даём возможности включиться правому, и оно уже не функционирует в полном объёме. После курса упражнений у взрослых улучшается память, легче воспроизводится информация и в целом улучшается качество жизни.

Согласно эволюции и онтогенезу, орган, который не используется организмом, становится невостребованным и постепенно атрофируется. Поэтому обязательно нужно тренироваться.



“Business supports healthy childhood”, “business is created not because of children, but for the sake of children”, “joy for kids, help for parents” - these are the concepts which Borisova Alla Eduardovna, the establisher of the Baby Swimmer, Teplokid brands and the BrainFitness cognitive development school in Moscow, is guided in her business activities. In the interview with the Russian Business Guide, she told us why we can’t buy baby swimming rings without thinking, why everyone needs brain training, and what surprised her in the children’s retail market.



ALLA BORISOVA:

“SAFETY IS ONE OF THE MAIN RESPONSIBILITIES OF A MANUFACTURER”

– Ms. Borisova, you produce Baby Swimmer neck rings and heating pads for baby car seats. Tell us, please, what are the criteria for choosing these products?

– Baby Swimmer rings should be chosen based on who they are made by and what they are made of. The material should not contain toxic substances which may accumulate in a child’s body. Swimming rings are already produced by many competitors, and unfortunately not all of them are safe. In Russia in contrast to European countries there are no required standards for the production of this kind of goods. This allows unfair market participants to save on construction and materials, making the final product cheaper. Do not expect high quality for a cheap price. Safe materials are more expensive; in addition, some of them are not produced in Russia, which also increases the price of goods.

When choosing a heating pad, the quality of the fabric is not as important (there is no direct skin contact) as the temperature modes and the presence of an automatic heating switch-off function when the set temperature is reached.

Child seat heater is never as intense as adult seat heater for safety reasons, because a

small child cannot switch off the system him or herself or ask for it when he or she feels high, uncomfortable temperature.

One of the manufacturer’s main tasks is to think about safety.

– In addition to the children’s goods production under your own brands, you head the BrainFitness training center for people of all ages, but what is most important - for the younger generation. Why have you decided to implement part of your business specifically in children’s subjects?

– The desire to have own business grew from the first days of study at the university. When I started working, I realized that I am an executive person by nature and I do not need a leader who would dominate me, forcing me to work constantly. Such an attitude was uncomfortable.

I had many different ideas, but none of them became the spark to ignite the flames inside, arouse desire and push me to finally get down to business. Then the circumstances of the family changed - a child appeared. This child gave me the spark. Taking care, I understood that safety and comfort of the products I now release

are really very important not just for me, but for all parents. I came to the industry not because of children, but for the sake of children.

It was decided that everything will be manufactured under the own brand. We have received the relevant certificates and approvals for sale in European Union. Only with these permits a product can be sold on the shelves in the European Union. There were a lot of criteria for children under 3 years old products.

We have patented the design of objects on the territory of the Russian Federation, CIS countries, in Germany. A heat controller was for the car seats; the heater design was developed for five-point harness. It was also decided that the products would be imported absolutely transparently, without any adjustments to the documentation or false certificates.

– What unforeseen difficulties were experienced at the stage of the company establishment?

– We entered the market after the year 2009. We set a recommended and affordable price for the retail customer, and we expected

it to remain more or less unchanged. It was a surprise for us when we learned that wholesalers sell further at this price. Each next one had approximately doubled, and the product could reach the buyer 4 or even 5 times more expensive. But having increased the supply on the market, we prevented companies from manipulating the price further and earning several times more. Our product began to appear not only in individual stores, but also in large - chain stores.

Also, we were not ready that it would take time to convince retail management that our products are really necessary for parents. If the product was previously unknown to either a consumer or a retailer, the stores were very careful to take it for sale. And we were surprised, because when fashionable, trendy things appear, they very quickly became popular among sellers, although this was a market of short demand: six months, a year at the maximum. But we have overcome this barrier due to the demand in the eyes of consumers. Baby Swimmer neck rings were sold and are now in great demand among buyers from Kaliningrad to Yuzhno-Sakhalinsk.

- Tell us about the BrainFitness Center, please. What advantage does it give its students over the others?

- The task of the school is to make the sleeping areas of the brain work, to help the brain hemispheres interact simultaneously at the needed time.

Due to the large amount of incoming information, our brain is no longer able



to properly organize process and filter it without special training. Cognitive functions begin to suffer: attention, memory, thinking - a person comes to the state where there is no forest behind the trees.

Children in preparation groups and pre-school classes are no longer able to cope with elementary tasks because their brain

is not ready to accept so much knowledge. Because of this, they start to lag behind in their studies and lose interest in it. Only children who, due to hereditary factors, have strongly developed thinking abilities or those who were taught the rules of information processing in the family can cope.

In addition, doing the same work day after day, constantly using the same techniques to perform daily tasks, we do not create opportunities for brain training. Some parts of the brain begin to fall asleep. The sedentary lifestyle affects our physical body the same way.

These problems are solved by regular exercises that we teach children and adolescents, adults and aged people at our center. This is a branch of L.L. Vasilyeva International School. There are four such institutions in Moscow now in total. We provide only individual training. The other three offer both individual and group classes.

Sometimes preschoolers cope with some exercises better than adults whose brains are already too overloaded. If there is a constant load on the left brain hemisphere and no special exercises are available, we do not allow the right hemisphere to be involved and it is no longer fully functional. After a course of exercises adults' memory improves, information is easier to reproduce and overall quality of life improves.

According to evolution and ontogenesis, the organ, which is not used by the body, becomes unclaimed and gradually atrophy. Therefore, it is necessary to train.





Ирина ИВАНОВА, BeeZee Toys:

«ВОСТОРГ В ГЛАЗАХ ДЕТЕЙ – ЭТО САМОЕ ЦЕННОЕ!»

Жизнь всегда была непредсказуема, но сегодняшняя – непредсказуема особенно. В старину, цитируя Гоголя, сын трактирщика уже по факту своего рождения был обречён «так же, как и отец, содержать трактир». Советский инженер или бухгалтер, окончив профильный институт, мог быть уверен: он до пенсии проработает инженером или бухгалтером. Сегодня можно окончить университет с дипломом экономиста-математика, а успех и призвание найти... в детских игрушках! Об этом и многом другом мы побеседовали с основателем и директором компании BeeZee Toys Ириной Ивановой.

– Ирина, впервые столкнувшись с выбором игрушек для собственных малышей, многие мамы понимают, что им хотелось бы большего, чем предлагает сегодняшний переполненный, на первый взгляд, рынок. Чего-то, созданного с учётом последних достижений в детской психологии, но дешевле, чем элитные заграничные образцы. Да, хочется многим, но у большинства желанием всё и заканчивается...

– Столкнувшись впервые с выбором игрушек, молодые мамы оказываются в неизведанном и новом для них «безбрежном океане». Особенно мамы из постсоветской эпохи, в которую выбор игрушек ограничивался некачественными неваляшками и в лучшем случае тамагочи. Лично я до появления ребёнка ни разу не бывала в «Детском мире»! В моём представлении существовал некий идеальный мир зарубежных игрушек из фильма «Один дома». А также – реальный мирок игрушек советского ребёнка: игра «За рулём» и кубики с Чебурашкой.

Понимание, что мир игрушек изменился, пришло с появлением дочки. Сначала игрушки нам дарили, и первое время не верилось, что вот они, интерактивные куклы, поющие и читающие стихи, по реалистичности неотличимые от живого ребёнка. Проникнуться темой развивающих игрушек пришлось чуть позже: дочка долго не говорила. Я изучила проблему и взялась за дело, скупая сортеры, пазлы, тактильные монтессори-пособия. Тогда и началось полноценное знакомство с миром «развивашек», понимание, что работает, а что нет. Я разобралась, что есть качественные отечественные игрушки, есть распиаренные, но бесполезные, есть западные с крутым дизайном и отличным качеством.

– А что вас побудило засучить рукава и взяться за бизнес в этой области? Кто вы по профессии, чем занимались до BeeZee Toys?

– Я окончила Новосибирский государственный университет по специальности «экономист-математик». После этого долго «искала себя», даже окончила курсы стюардесс и поработала в «Трансаэро»: хотелось романтики, а определённости совсем не было.

Позже было несколько успешных интернет-проектов, первые сайты делала сама, увлеклась HTML-кодами. Потом мы с мужем открыли свою фабрику по производству медицинских бахил и масок, дальше был горнодобывающий карьер, одно время занимались недвижимостью. Но мне всё это было не очень интересно. Хотелось выпускать по-настоящему оригинальный продукт по новым технологиям, с потрясающим дизайном. И чтобы он был связан с детьми.

Идея создания собственного бренда и производства игрушек пришла с появлением второго ребёнка, когда я проводила много времени дома, активно общаясь на форумах мам. Изучила рынок, пришло понимание, что на нём востребовано. По натуре я «производственник», и идея создавать свой продукт в России на нашем оборудовании, но с применением новейших технологий не давала мне спать спокойно.

У меня было море идей, я ночами изучала технологии, оборудование, позволяющие наносить качественную, безопасную для детей печать на дерево, выпиливать сложные фигуры в промышленных масштабах. Хотелось всё делать от души, с пользой и качественно.



– Так или иначе, но стартовой площадкой в этом бизнесе вам послужила семья, дети. Расскажите о них. Ваши дети ещё играют в ваши игрушки?

– Дети, дочь Алёна и сын Леонид, однозначно дали толчок: ради них всё это и создавалось! И по сей день просыпаясь с мыслью о том, что я могу ещё придумать, чтобы удивить их.

Играют ли мои дети в наши игрушки? О да: они – самые строгие критики, «придумывальщики» и «игральщики». Каждая новинка, приходящая с производства, –

праздник! Я несу её домой, как самый дорогой подарок, трепетно и с волнением, потому что только по их реакции смогу понять, насколько интересно это будет другим детям. И для меня так важны их улыбки, восторги, замечания!

– BeeZee Toys «родилась» в Санкт-Петербурге в 2017 году, то есть вам всего «три годика». Но для такого возраста вы можете похвастаться солидными успехами. Расскажите, какие этапы пришлось пройти, какие трудности преодолеть?

– Официально компания зарегистрирована в феврале 2018-го, так что мы вообще ещё карапузы! До этого был только «Инстаграм» – с целью «прощупать» почву, понять аудиторию. Но название, идеи и какие-то продукты были уже в 2017-м.

Весь 2018 год прошёл в борьбе за супертехнологии. Квартира походила на лабораторию: изучалось оборудование, делались попытки его применения на разных образцах, придумывалось что-то своё. Я всё время что-то точила, тёрла, печатала, общалась с технологами, столярами, фрезеровщиками. Закупалось огромное количество образцов лаков, термоплёнок. И каждый раз, казалось, успех был так близок, но... Выводы оказались неутешительны: в России на деревянные игрушки рисунок наносит либо с помощью шелкографии – метода старого и не дающего яркости и многообразия цвета,

либо с применением УФ-печати, которую я бы запретила как крайне неэкологичную даже в малых дозах.

Аква-, тампо-, термопечать требовали ввоза дорогого импортного оборудования. И мы остановились на производстве азбук и игрушек из оргстекла, которые выгодно смотрелись, резались с помощью лазерных установок, коих сейчас в России много. На них было так много заказов, с которыми мы даже не справлялись. Было много накладок по срокам, а также с качеством выполнения подрядчиками. Но они получались очень трудоёмкими и дорогостоящими, в коммерческом смысле – неприбыльными. Параллельно мы делали игры из картона. Это выглядело не так впечатляюще, хотя идея, дизайн и оформление, начиная с упаковки, бурно одобрялись аудиторией. А упаковывали мы их в золотистые жестяные баночки, изготовленные для нас аж на Мурманском тарном комбинате!

Одним словом, к 2019 году мы подошли с пониманием, что необходимо масштабное производство: подключились торговые площадки типа Ozon, и появилось много оптовых покупателей. А масштабировать производство в России оказалось слишком дорого и проблематично. Пришлось переносить часть заказов в Китай. Начался отбор фабрик, переговоры, заказы образцов. Пошли первые тысячные партии в красивых гляцевых коробках без задержек и сложностей с подрядчиками.

Я поняла: наконец-то можно снимать склад, нанимать сотрудников в штат и делегировать им часть своих обязанностей.

– Ассортимент, представленный на вашем сайте beezeetoys.ru, включает в себя десятки вариантов игрушек как для крох, так и для ребятшек постарше: азбуки, пазлы, домино, сортеры, лото, сюжетно-ролевые игрушки, балансы, мозаики, магнитные «одевашки» и конструкторы из дерева, картона, оргстекла. В чём уникальность ваших предложений? Почему были выбраны именно эти материалы?

– При выборе материала я руководствуюсь, прежде всего, экологичностью, ведь наши потребители – дети. Я лично, так сказать, «обнюхиваю» каждую новую игрушку и проверяю её «на зуб». Кроме того, я переживаю за будущее Земли и хочу, чтобы новые поколения росли здоровыми и ответственными перед природой. Стараюсь демонстрировать это личным примером, предпочитая крафтовые пакеты пластиковым, а здоровую еду – напичканной химией, прививая эти привычки детям.

Одно время мы в каждую игрушку помещали вкладыши, рассказывающие детям, как надо заботиться о нашей планете.

Уникальность игрушек BeeZee Toys – в идеях и дизайне. Мы всё придумываем и рисуем сами: математические пособия для самых маленьких, магнитные деревянные

календари, «одевашки» для целой «семьи». Подобного нет на нашем рынке.

– Когда речь идёт об игрушках, важны как советы детских психологов, так и оригинальный и симпатичный дизайн. Есть ли у вас свои дизайнеры? Принимают ли участие в создании и тестировании продукции психологи? И вообще, где берёте идеи для новинок?

– Все первые игрушки рисовала я сама: «читазлы», азбуки, календари, коробки, инструкции. Порой не спала по несколько ночей, так как сроки поджимали. Сейчас в штате BeeZee Toys есть свой дизайнер, а также десяток фрилансеров. С ними сложились тёплые отношения, им интересна идея, и стараются они от души.

Также мы сотрудничаем с психологами, детскими садами, блогерами и просто с мамами, порой дающими ценные советы и подсказывающими идеи.

– Кстати, наша публикация – прекрасный повод сделать анонс новинок, которыми вы скоро порадуете поклонников бренда.

– Начало года, увы, не слишком радует: китайский вирус затормозил поставки, и скачок доллара не добавил оптимизма. Тем не менее сейчас мы запускаем уникальное лото «Профессии», готовим новый магнитный алфавит с животными, а игра «Жизнь на Земле» не оставит никого равнодушным, так как выполнена в технике детского рисунка.

– Что представляет собой компания сейчас: офисы, уровень продаж, где расположены производства?

– Наш офис расположен в центре Санкт-Петербурга, склад недавно переехал и расши-

рился. В этом году планируем активно расти и открыть филиал в Москве. Производство сейчас в России и Китае, 50 на 50%, но в дальнейшем планируем сделать акцент на развитие российского сегмента и закупку импортного оборудования. Продажи ведутся на онлайн-площадках Ozon, Wildberries, «Беру». При средней цене за игрушку 1000 руб. мы их продаём около 300 штук в день, в праздничные – 1000 штук. Стабильный ассортимент – около 50 позиций. При росте ассортимента будет очевидный скачок, но у нас в приоритете качество.

– Кто ваши покупатели, как они находят вас, а вы – их?

– Около 90% наших продаж проходят онлайн. До масштабов «Детского мира» мы пока не доросли, да, в общем, и не стремимся, скорее, смотрим на западный рынок. Много у нас и оптовых покупателей из самых разных регионов России, включая Якутию.

Мы пока не ищем покупателей, они сами находят нас, как это ни парадоксально при нулевых затратах на рекламу!

– Каковы планы компании, скажем, на пять лет вперёд?

– Идти в ногу со временем, создавать качественные продукты. Видеть восторг в глазах детей – это самое ценное! Очень интересна IT-сфера, есть много задумок, как применить её в целях детского развития.

Лет через пять хотелось бы иметь своё крупное производство игрушек в России с технологичным оборудованием, занять прочное место в мировой детской игрушечной индустрии, расширяться в разных направлениях, включая IT-рынок. А возможно, и заняться детской мультипликацией.

Подготовила Елена Александрова





A collection of colorful children's toys and games. In the foreground, there's a yellow and green 'Honeycomb' game box with a bee illustration. To its left is a blue and red 'Magnetic Fish' game box. Behind these is a large red and white '300 Drills' board game box featuring a boy's face. To the right is a blue and red 'Blow Dryer' game box with a large red hair dryer illustration. The background is a plain white wall.

– Of course, my children, daughter Alena and son Leonid, gave me an impetus: all of this was created for their sake! And to this

day I wake up with the thought that I can still create something to surprise them.

Do my children play our toys? Oh, yes: they are the most severe critics, inventors and players. Every novelty coming from production makes their day! I bring it home, as the most expensive gift, anxiously and with excitement, because only by their reaction I can understand how interesting it will be to other children. Their smiles, enthusiasm, advice are so important for me!

– BeeZee Toys was founded in St. Petersburg in 2017, which means that you are only “three years old”. But for such an age you can boast of considerable successes. Tell us, what stages have you passed, what difficulties have you overcome?

– Officially, the company was registered in February 2018, so we’re still babykins! Before that, there had been only instagram, with the goal to learn about the audience. But already in 2017 we got the name, ideas and some products.

All of 2018 passed in the struggle for supertechnology. The apartment was like a laboratory: equipment was studied, attempts were made to use it on different samples, something new was invented. All the time I lathed, rubbed, printed something, talked with technologists, joiners, milling-machine operators. A huge number of samples of varnishes and thermal films were bought. And each time, it seemed, the success was so close, but ... The conclusions were disappointing: in Russia, drawing was applied to wooden toys either by using silk-screen printing - the old method, which did not give brightness and color diversity, or by using UV printing, which I believed should be forbidden, as it was extremely environmentally aggressive even in small quantities.

Aqua, tampo, thermal printing required the expensive imported equipment. And we decided to engage in the production of ABCs and plexiglass toys, which looked nice, and could be cut using laser systems, available in Russia. There were so many orders on them, we could hardly cope. There were many overlaps with deadlines, as well as with the quality of contractors’ performance. They were very labor-intensive and expensive, commercially unprofitable.

In parallel, we made cardboard games. They didn’t look so impressive, although the idea, design and decoration, starting with the packaging, was fully approved by the audience. We packed them in golden tin jars made for us at the Murmansk Tare Plant!

To put it in a nutshell, by 2019 we approached with the understanding that large-scale production was needed: trade platforms like Ozon joined us and we had a lot of wholesale buyers. It turned out to be too expensive and problematic to scale production in Russia. I had to transfer part of the orders to China. The selection of

factories, negotiations, and sample orders began. The first thousand lots were sent in beautiful glossy boxes, without delays or difficulties with contractors.

I realized that it was finally possible to rent a warehouse, hire employees and delegate some of my responsibilities to them.

– The assortment presented on your website beezeetoys.ru, includes dozens of options for toys for both babies and older children: ABCs, puzzles, dominoes, sorters, lottoes, story and role toys, balancers, mosaics, magnetic dress-up dolls and designers of wood, cardboard, plexiglass. What is the uniqueness of your offers? Why have you chosen these materials?

– When choosing a material, first of all, I am guided by the environmental friendliness, because our consumers are children. So to speak, I sniff out every new toy and “try it for a tooth” personally. In addition, I am concerned about the future of the Earth and want new generations to grow up healthy and responsible to the nature. I try to show it by my own example, preferring craft bags to plastic ones and healthy food to stuffed with chemistry, and cultivating these habits in children.

At one time we placed inserts in every toy telling children how to take care of our planet.

The uniqueness of BeeZee Toys in ideas and design. We invent and draw everything ourselves: mathematical aids for kids, magnetic wooden calendars, “clothes” for the whole “family”. Our products are unique on the market.

– When it comes to toys, both advice of child psychologists and original and cute design are important. Do you have your own designers? Do the psychologists take part in creation and testing of products? And in general, where do you get ideas for new products?

– All the first toys I drew myself: reading games, ABCs, calendars, boxes, instructions. Sometimes I did not sleep for a few nights, because the deadlines were tight. Now BeeZee Toys has its own designer and a dozen freelancers. We have warm relationship with

them, they are interested in the idea, and they try their best.

We also cooperate with psychologists, kindergartens, bloggers and moms, who sometimes give valuable advice and suggest ideas.

– By the way, our publication is an excellent opportunity to make an announcement of new products, which you are going to please the fans of this brand soon.

– Unfortunately, the beginning of the year is not very encouraging: the Chinese virus has slowed down shipments, and a leap of the USD has not added optimism. Nevertheless, now we are launching the unique lotto “Occupations”, preparing a new magnetic alphabet with animals, and the game “Life on Earth” will captivate you, because it is made in the technique of children’s drawing.

– What is the company now: offices, sales level? Where are the production facilities located?

– Our office is located in the center of St. Petersburg, the warehouse has recently moved and expanded. This year we plan to actively grow and open a branch in Moscow. Currently we have a production in Russia and China, half-and-half, but we plan to focus on the development of the Russian segment and the purchase of imported equipment. Sales are conducted on the online platforms Ozon, Wildberries, Beru. At an average price for a toy 1000 rubles, we sell them about 300 a day, on holiday about 1000 pieces. Stable assortment - about 50 items. With the growth of the assortment there will be an obvious leap, but quality is our priority.

– Who are your customers, how do they find you, and how do you find them?

– About 90% of our sales are online. We have not yet grown to the scale of the Children’s World mall, and, in general, we don’t strive to. Rather, we are looking at the western market. We have a lot of wholesale buyers from various regions of Russia, including Yakutia.

We do not look for buyers; they find us themselves. At zero advertising costs!

– What are the company’s plans for, let’s say, five years ahead?

– To keep up with the times, to create quality products. To see the delight in the children’s eyes is the most precious thing!

IT is very interesting; there are many ideas how to apply it for children’s development.

In 5 years, I would like to have my own large production of toys in Russia, with high-tech equipment, to take a foothold in the world children’s toy industry, to expand in various directions, including the IT market, and perhaps, to engage in children’s animation.

Prepared by Elena Alexandrova





ПАРК «СКАЗКА»: всё, как в сказке!

Парк развлечений – излюбленное место отдыха ребятшек и семей с детьми. И символично, что к созданию первого в мире подобного парка приложил руку... ребёнок! В далёком 1583 году маленькая датская девочка, гуляя в Королевском оленьем парке в Копенгагене, заметила бьющий из-под земли родник. Набрав воды, малышка, чьё имя история не сохранила, принесла её домой. Воду эту посчитали целебной, и к источнику потянулись толпы людей. Датчане отдыхали рядом с родником, наслаждаясь прохладой парка. Артисты начали разыгрывать здесь уличные представления, устроили балаганы; затем предприниматели построили близ источника первые аттракционы: качели и горки.

Поразительно, но парк развлечений «Дирехавсбаккен», или по-народному просто «Баккен», работает без перерыва уже без малого 440 лет! А парки развлечений с лёгкой руки датчан стали популярны на всех континентах.

Идея такого парка прошла через века неизменной: это и ныне пространство под открытым небом, где собраны всевозможные развлечения, от любимых с начала 19 века «каруселей с лошадами» до таких современных интерактивных чудес, которые той датской малышке и во сне не могли привидеться!

С генеральным директором одного из самых современных парков развлечений Москвы Александром Копаневым мы побеседовали.

– **Александр Владимирович, семейный парк «Сказка» появился в Москве не так давно, но уже стал излюбленным местом проведения досуга жителей не только западных столичных районов, да и не только москвичей. Ведь это – один из самых современных парков развлечений Москвы. Около 7 га его площади вместили в себя невероятное разнообразие «опций» для отдыха на любой вкус. А как он создавался, какие образцы были взяты за основу?**

– Наш тематический парк аттракционов под открытым небом «Сказка», сочетающий современный подход к развлечениям с бережным отношением к окружающей среде, расположен на территории одного из самых заповедных уголков столицы, в Крылатском, по адресу: Москва, ЗАО, Крылатское, природно-исторический парк «Москворецкий».

Парк «Сказка» создан в тесном сотрудничестве с экологическими организациями и столичным Департаментом природопользования.

Создавался он командой специалистов-энтузиастов, в число которых входили ландшафтные дизайнеры и архитекторы. Мы вдохновлялись примерами лучших тематических парков мира, при этом стараясь сохранить русскую самобытность и учесть сезонность и экологические ограничения.

В числе преимуществ парка – его доступность 365 дней в году, большое разнообразие развлечений на любой возраст. В зимний период в парке работают 8 тематических локаций и 34 аттракциона, в летний – 50 аттракционов. Среди популярных развлечений: колесо обозрения с панорамным видом на Живописный мост, замок квестов, зеркальный лабиринт, VR-зона, 40-метровая «Башня падения», Большая цепочная карусель с подъёмом (30 метров), и многое другое.

– **Описать всё богатство впечатлений, предлагаемых парком «Сказка», можно в нескольких тематических блоках. Одна из наиболее привлекательных зон для семейного отдыха – «Динопарк». Какие впечатления вынесут оттуда посетители? Правда ли, что это крупнейший Динопарк Москвы с самым большим интерактивным тирексом в городе?**

– Проект «Динопарк» – единственный в Москве интерактивный проект под открытым небом, занимающий около 2 га, на территории которого находятся более 50 видов рептилий в реальную величину. Высота динозавров достигает 9 метров, а длина – целых 20 (как раз у тирекса)!

Гиганты находятся в постоянном движении, при этом каждая рептилия привет-

ствует посетителей парка характерным рёвом. Около каждого гигантского ящера расположена информация о его пищевых предпочтениях, месте и эпохе обитания, весе и росте.

Для глубокого погружения в мир динозавров посетителям всех возрастов предлагаются экскурсии. В их ходе можно поиграть и размяться, задать интересующие вопросы, рассмотреть детали экспозиции.

На территории Динопарка устроена палеонтологическая песочница, где дети могут поучаствовать в «раскопках».

– **Не меньшей популярностью пользуется «Айс парк» – единственная в Москве интерактивно-развлекательная площадка, основанная на научных данных о Ледниковом периоде, где посетители могут взглянуть на очень натуральных мамонтов, саблезубых тигров, пещерных медведей и других животных доисторических времён...**

– Как в Динопарке, так и в «Айс парке» дети могут познакомиться с древнейшими животными, у каждого экспоната находятся таблички с описанием: в какое время жил, где, чем питался и т. д.

– **Те посетители, кому больше по душе живые, а не интерактивные звери, приятно проведут время в «Сказке», обща-**

ясь с симпатичными обитателями «Альпака парка», компактного зоопарка, и, конечно, голубоглазыми псами из «Хаски Лэнда». Насколько тесно можно пообщаться у вас с братьями меньшими?

– В парке можно покормить животных специальным кормом, сфотографироваться, погладить, но только если животное само захочет общения. В каждой локации есть специальные места, куда наши питомцы в любой момент могут уйти, если, например, захотят есть или устанут, или просто нет настроения. За каждым животным наблюдает зоотехник. И экскурсии к животным также проходят под пристальным наблюдением специалиста, чтобы и животным было комфортно, и гости не нарушали правила.

– От такого обилия впечатлений недолго проголодаться! Кстати, об угощениях: в ресторане «Северное Сияние» можно отведать оленины, нельмы, нерки, муксуна, оценить вкус строганины. Но это ведь не единственное у вас место, где можно сказочно перекусить: вкусно и познавательно?

– Ещё в «Сказке» есть кафе «Да!Блин» – просторное, светлое, расположенное в деревянной избе. Там посетители могут не только насладиться традиционными блюдами русской кухни – блинами, варениками и сырниками, но и перекусить домашней пиццей, разнообразными салатами, супами и т. д.

Залы с уютной атмосферой и витражами ручной работы расположены на двух этажах. Кафе «Да!Блин» подходит как для быстрого перекуса, так и для праздничного застолья.

Кроме того, в парке есть фуд-корты, где также можно выбрать блюда и напитки на любой вкус.

– И конечно, что за парк без аттракционов? Они у вас на любой возраст, пол и даже уровень храбрости! Карусели «Слоники», «Лошадки», «Паравозик» – для самых маленьких; «Летающие велосипеды» и «Аркады» – для мальчишек постарше; «Качели счастья» – для девочек; «Шар VR», «Тоннель VORTEX», «VR Мотогонки», 5D-кинотеатр и т. д. – для любителей виртуальной реальности; многочисленные «бродилки» вроде «НЛО» и «3D-лабиринта» – для всей

семьи; «Башня падения», «Ладья 360» – для экстремалов. А ещё есть многоуровневый верёвочный парк «Эверест», каток, детские городки и т. д. И это, конечно, далеко не полный перечень: многие аттракционы «проснутся» в апреле. Расскажите, чем удивите в новом сезоне?

– Будем продолжать развивать семейную и экстрим-зоны. Готовим сюрприз: необычную тематическую зону «Парк Топиариев». Это футуристическая зона, аналогов которой нет пока ни в России, ни в мире! Добавим ещё аттракционов и тематических зон, установим новую свадебную карусель.

– В парке круглый год проходят тематические праздники: от Дня Святого Валентина до Хэллоуина, от Масленицы до Рождественских гуляний. А что такого планируете на весну-лето?

– Из ближайших праздников пройдёт День Космонавтики и несколько благотворительных мероприятий, подготовленных совместно с фондами-партнёрами. В мае состоится Международный показ мод. А 1 июня мы порадуем и детей, и взрослых красочным масштабным праздником!

С первых дней работы наш парк проводит занятия, посвящённые охране природы, заботе о животных и растениях. Регулярно проходят мероприятия, направленные на развитие и совершенствование системы экологического образования детей: мастер-классы, субботники, экологические акции, «зелёные патрули». Посетителям запомнились «Эко-субботы московских школьников», акция «Час Земли», мастер-класс «Синичкин день» и т. д.

У нас проходят спортивные, театральные, музыкальные фестивали для детей, интерактивные спектакли, и многое другое.

Вне рамок праздничных дат руководство парка всегда идёт навстречу благотворительным и социальным организациям в деле помощи детям из малообеспеченных семей или с ограниченными возможностями. Организуются коллективные посещения, ребяташки могут всласть покатаются на аттракционах. Каждый год парк и его локации бесплатно посещает более тысячи таких детишек.

– Парк «Сказка» – чудесное место для проведения выпускных и корпоративных мероприятий. А именинникам вы не только готовы предложить самые разные программы, но и дарите подарки. Расскажите о плюсах проведения праздников в «Сказке».

– В парке «Сказка» можно интересно отметить день рождения в компании сказочных персонажей и незабываемо провести время. Вас ждут уникальные локации –



от замка квестов до настоящей избушки Бабы Яги! И, конечно, профессиональная команда ведущих и аниматоров, а также вкусные предложения по праздничному банкету.

Мы предлагаем большой выбор тематических программ от квеста по аттракционам до дня рождения в стиле «мафия».

Наши специалисты помогут выбрать лучший вариант мероприятия под ключ. Во всяком случае, выбирая для своего праздника парк «Сказка», вы можете быть уверены: всё пройдет, как в сказке!

– Насколько легко к вам добираться из разных районов Москвы и Подмосковья?

– В сезонный период (с мая по октябрь) ежедневно курсирует бесплатный автобус от метро «Крылатское», с ноября по апрель и в праздничные дни – по выходным. Также к нам можно добраться от метро «Крылатское» автобусом № 829 и от метро «Молодёжная» автобусом № 229 (до остановки «Дворец ледового спорта»).

– Существует ли программа перспективного развития семейного парка «Сказка»? Каким его увидят москвичи лет через 5-10?

– Мы хотим расширить территорию, создав комфортную среду для москвичей, желающих отдохнуть всей семьёй. Здесь важно выдержать баланс между любителями экстремального отдыха и семейного. Гигантская территория будет отдана под эколого-просветительскую деятельность, служа примером совмещения урбанистики и экологии. При этом нам важно и выдержать русскую стилистику. Вход на территорию останется свободным: посетители платят только за выбранные ими опции.

Коллектив нашего парка видит среди своих задач не только обеспечение качественного досуга, но и сохранение экологии заповедника, на территории которого он находится, а также просветительскую деятельность, направленную на популяризацию идей сохранения, поддержания и культуры использования окружающей среды.

Беседовала Елена Александрова



Amusement parks are a favorite vacation spot for children and families with kids. And it is symbolic that the world's first such park was created with the help of... a child! Back in 1583, a little Danish girl, walking in the Royal Deer Park in Copenhagen, noticed a spring spouting from underground. Having collected water, the kid, whose name history has not preserved, brought it home. This water was considered healing, and crowds of people reached the spring. The Danes were resting next to the spring, enjoying the coolness of the park. Artists began to play street performances here, staged booths; then entrepreneurs built the first attractions near the source: swings and slides. Amazingly, the amusement park Dyrehavsbakken, or simply Bakken, has been working without interruption for almost 440 years! And thanks to the Danes amusement parks have become popular on all continents.

The idea of such a park has gone through the centuries unchanged: it is now an open-air space where all kinds of entertainments are collected, from the "carousels with horses" beloved from the beginning of the 19th century to such modern interactive wonders that the Danish baby couldn't dream of! We talked with CEO of one of the most modern amusement parks in Moscow, Alexander Kopanев.



SKAZKA PARK: like a fairy tale!



– Mr. Kopanев, a family park Skazka ("Fairy Tale") appeared in Moscow not so long ago, but has already become a favorite place for leisure activities for residents of not only the western metropolitan areas, and not only Muscovites. After all, this is one of the most modern amusement parks in Moscow. About 7 hectares of its area contain an incredible variety of "options" for recreation for every taste. How was it created; what examples were taken as a basis?

– Our open-air amusement park Skazka, combining a modern approach to entertainment with respect for the environment, is located in one of the most protected corners of the capital, in Krylatskoye, at the address: Moscow, ZAO, Krylatskoye, natural and historical park Moskvoretsky.

The Skazka park was created in close cooperation with environmental organizations and the capital's Department for Environmental Management.

It was created by a team of enthusiastic specialists, which included landscape designers and architects. We were inspired by examples of the best theme parks in the

world, while trying to maintain Russian identity and take into account seasonality and environmental restrictions.

Among the advantages of the park are its availability 365 days a year, a wide variety of entertainment for all ages. In winter, the park has 8 thematic locations and 34 attractions, in the summer – 50 attractions. Popular attractions include a Ferris wheel with panoramic views of the Zhivopisny Bridge, quest castle, a mirror labyrinth, a VR zone, a 40-meter "Fall Tower", a large chain carousel with a lift (30 meters), and much more.

– It is possible to describe all the wealth of impressions offered by the Skazka park in several thematic blocks. One of the most attractive areas for family vacations is Dinopark. What impressions will visitors have there? Is it true that this is the largest Dinopark in Moscow with the largest interactive tirex in the city?

– The Dinopark project is the only interactive open-air project in Moscow that occupies about 2 hectares, on whose territory there are more than 50 species of reptiles in their real size. The height of the

dinosaurs reaches 9 meters, and the length is as much as 20 (it is just this tirex)!

Giants are in constant motion, with each reptile greeting visitors to the park with a distinctive roar. Near each giant lizard there is information about its food preferences, place and age, weight and height.

For a deep immersion in the world of dinosaurs, visitors of all ages are offered excursions. In their course, you can play and warm up, ask questions of interest, consider the details of the exposition.

On the territory of the Dinopark, a paleontological sandbox is arranged, where children can participate in the "excavations".

– Ice Park is no less popular, it is the only interactive and entertainment site in Moscow based on scientific data about the Ice Age, where visitors can look at very natural mammoths, saber-toothed cats, cave bears and other animals of prehistoric times...

– Both in Dinopark and in Ice Park, children can get acquainted with the most ancient animals, each exhibit has signs describing: what time they lived, where, what they ate, etc.

– Those visitors who prefer real, rather than interactive animals, will spend time in Skazka communicating with the pretty inhabitants of Alpaca Park, the compact zoo, and, of course, the blue-eyed dogs from Husky Land. How closely can they communicate with our smaller friends?

– In the park you can feed animals with special food, take pictures, pet, but only if the animal itself wants to communicate. In each location there are special places where our pets can go at any time, if, for example, they want to eat or get tired, or simply have no mood. Each animal is monitored by a livestock specialist. And excursions to animals also take place under the close supervision of a specialist, so that animals feel comfortable and guests do not break the rules.

– One can get hungry from such an abundance of impressions! By the way, about the treats: in the Severnoye Siyaniye restaurant you can taste venison, nelma, sockeye salmon, and muksun, and try the taste of stroganina. But this is not your only place where one can have a fabulous snack: tasty and informative?

– Also in Skazka there is a cafe Da!Blin. It is spacious, bright, and located in a wooden hut. Its visitors can not only enjoy traditional Russian dishes – pancakes, dumplings and syrniky, but also have a bite to eat homemade pizza, a variety of salads, soups, etc.

Halls with a cozy atmosphere and handmade stained-glass windows are located on two floors. Cafe Da!Blin is suitable for both a quick snack and a festive dinner.

In addition, the park has food courts, where you can also choose dishes and drinks for every taste.

– And of course, what park can exist without attractions? You have them for any age, gender and even the level of courage! Carousels “Elephants”, “Horses”, “Train” – for the smallest; “Flying Bicycles” and “Arcade” – for older boys; “Swing of happiness” – for girls; “VR Ball”, “VORTEX Tunnel”, “VR Motor Racing”, 5D-cinema, etc. – for fans of virtual reality; numerous quests like “UFO” and “3D maze” – for the whole family; “Fall Tower”, “Rook 360” – for extreme fans. And there is also a multi-

level rope park “Everest”, a skating rink, children’s towns, etc. And this, of course, is not a complete list: many attractions will “wake up” in April. Tell us what surprise do you prepare in the new season?

– We will continue to develop family and extreme zones. We are preparing a surprise: an unusual thematic zone Park Topiariyev. This is a futuristic zone, which has no analogues either in Russia or in the world! Add more attractions and theme zones, set up a new wedding carousel.

– Theme holidays are held in the park all year round: from Valentine’s Day to Halloween, from Maslenitsa to Christmas celebrations. And what are you planning for spring-summer?

– The next holidays are Cosmonautics Day and several charity events prepared jointly with partner funds. In May, an international fashion show will take place. And on June 1, we will delight both children and adults with a colorful large-scale holiday!

From the first days of work, our park has been conducting classes on nature conservation, caring for animals and plants. We regularly hold events aimed at developing and improving the system of environmental education of children: workshops, community work days, environmental events, “green patrols”. Visitors remember the Ecological Saturdays of Moscow schoolchildren, the campaign Earth Hour, the workshop Sinichkin Day, etc.

We host sports, theater, music festivals for children, interactive performances, and much more.



Outside the festive dates, the park management always meets the interests of charitable and social organizations in helping children from low-income families or with disabilities. Group visits are organized, children can use rides to the full. Each year, the park and its locations are visited free of charge by more than a thousand of these kids.

– The Skazka park is a wonderful place for graduation and corporate events. And you are not only ready to offer various festive programs to those who have birthdays, but

also offer gifts. Tell us about the advantages of holding holidays in Skazka.

– It is interesting to celebrate a birthday in the company of fairy-tale characters and have an unforgettable time in Skazka. Unique locations are waiting for you – from the quest castle to the real hut of Baba Yaga! And, of course, there are a professional team of presenters and animators, as well as delicious proposals for a festive banquet.

We offer a large selection of thematic programs from the adventure quest to the birthday in the style of the “mafia”.

Our experts will help you choose the best turnkey event option. In any case, choosing the Skazka park for your holiday, you can be sure: everything will pass as in a fairy tale!

– How easy is it to get to you from different areas of Moscow and the Moscow region?

– In the seasonal period (from May to October), a free bus from the Krylatskoye



metro runs daily, from November to April and on holidays – on weekends. You can also reach us from the Krylatskoye metro by bus No. 829 and from the Molodezhnaya metro by bus No. 229 (to the Ice Sports Palace stop).

– Is there a program for the prospective development of the Skazka family park? What it will be in 5-10 years?

– We want to expand the territory, creating a comfortable environment for Muscovites who want to relax with their whole family. It is important to maintain a balance between lovers of extreme and family leisure. The giant territory will be given over to environmental education, serving as an example of combining urbanism and ecology. At the same time, it is important for us to keep the Russian style. Entrance to the territory will remain free: visitors pay only for the options they choose.

The team of our park sees among its tasks not only ensuring quality leisure, but also preserving the ecology of the reserve in the territory of which it is located, as well as educational activities aimed at popularizing the ideas of preserving, maintaining and culture of the use of the environment.

Interviewed by Elena Alexandrova





«ВСЁ ТАКЖЕ В ОБЛАСТИ БАЛЕТА МЫ ВПЕРЕДИ ПЛАНЕТЫ ВСЕЙ»

У фразы «российский балет покоряет мир» появился второй смысл: «Балет с двух лет» уже работает в Казахстане, Беларуси, Швейцарии, Объединённых Арабских Эмиратах, где вскоре откроется уже вторая школа этой уникальной сети. Можно упомянуть и Китай, представители которого тоже купили франшизу, но так и не открылись. Пока. А всего, по словам Татьяны и Дмитрия Корнеевых, создателей этой действительно уникальной школы, под этим брендом уже работает 13 собственных отделений и 37 франчайзинговых. Если, конечно, за время, пока наш журнал готовился к печати, это число ещё не выросло. Ведь ещё 12 школам предстоит открыться в разных регионах России.

На вопрос: «Что такое «Балет с двух лет»? – юная Милана может смело ответить: «Это папа, мама и я». Потому что с неё всё и началось: ребёнка некуда было отдать для занятий этим видом искусства, и тогда мама, благо, что профессионал, решила, что будет сама учить и дочку, и её соседок-ровесниц. А папа решил, что любовь к прекрасному – это замечательно, но почему бы заодно не превратить её ещё и в бизнес? «Выбираешь работу – выбираешь судьбу», – сказал он в начале нашего разговора. И есть подозрение, что судьбу они выбрали не только себе...

Так появилась первая школа, потом вторая и так далее... Если вас, как и меня в начале нашей беседы, терзают смутные сомнения, что, мол, балет – это не то, что сегодня танцуют девушки в клубах, а девочки – в детских садах; что балет – это всё-таки искусство элитарное; что спрос на такие занятия, к тому же в таком юном возрасте, невелик, то Татьяна вас... Нет, не разочарует, а наоборот – вдохновит!

– Элитарное? Сейчас уже нет. Три года назад, когда мы только начинали, делали свою сеть по Москве, балетных школ действительно было мало, а уж для детей с двух лет не было вообще. Сейчас в столице это стало очень популярно и развито. Также и в регионах: очень многие пишут нам в инстаграм о том, что хотят, чтобы рядом с ними была балетная школа. Но в регионах в силу экономических моментов франчайзи ещё побаиваются её открывать. Но это точно будет! Родителям это нужно, это востребовано!

– Что такое «Балет с двух лет»? Как воспринимают школу родители, приводящие в неё своих совсем юных принцесс: как интересное и полезное времяпрепровождение, как общее развитие или как «путь к звёздам»?

– Чаще – как правильное общее развитие с акцентом на классику, – говорит Татьяна. – В двухлетнем возрасте, когда ребёнок настолько открыт окружающему миру, его интересует всё. И он ещё пока не вредный... Кризис трёх лет не наступил. Мы «подхватываем» ребёнка и через этот кризис проводим. Конечно, мы не фузе учим с детьми, но это и не ритмика. Это и не просто танцы и не просто развивающий кружок. Занятия балетом очень полезны для спины, для ног. Дети, которые у нас занимаются, как правило, сильно отличаются физически. Кроме того, для девочек это своего рода «школа благородных девиц». Это общее развитие в сфере искусства: наши дети знают всех композиторов, все основные балеты, они знают, что такое театр...

Тут просто необходимо добавить, что с театром они знакомы не только из зрительного зала. Уже два раза юные воспитанницы «Балета с двух лет» выступали в Кремле! Выходили они на сцену в том числе и с артистами Большого театра, Театра имени К. Станиславского и В. Немировича-Данченко!..

– У нас постоянно выступления, концерты. Для детей это большой опыт – в таком юном возрасте выходить к аудитории 500-800 человек...

– Увлёкшись искусством, постараемся не забыть про бизнес... Что предлагают основатели «Балета с двух лет» тем, кто заключает с ними договор на франчайзинг? И по каким критериям они отбирают тех, с кем можно такой договор заключить? Ведь согласитесь, открыть балетную школу или какой-то магазин – это, мягко говоря, не совсем одно и то же...

– Мы предлагаем программу обучения, которую разрабатывали с нуля, – рассказывает Татьяна. – Есть известная на весь мир программа Вагановой, по которой все учатся. Но она для детей от 7-8 лет. Для тех, кто младше, не было. Пришлось делать. Но у меня был человек, на котором всё проверялось, – это моя собственная дочь. Если бы не она, было бы сложно. Да и задачи такой не было бы... Если я видела интерес, если ребёнок был довольным, радостным, значит, всё правильно, а если интерес пропадал... В работе мы уделяем большое внимание детским эмоциям, на этом построена методика первых двух лет. И мы точно знаем, что

ребёнку, к нам пришедшему, у нас понравится. Наша методика разработана совместно с нейрopsихологами и специалистами по детскому развитию и одобрена ведущими педагогами Московской государственной академии хореографии (МГАХ).

– Успешность бизнеса очень сильно зависит от партнёра, – продолжает разговор Дмитрий, – ведь мы не продаём машинку, которая печатает деньги... Мы подбираем помещения по конкретным параметрам: по месторасположению района, по плотности и доходам его населения, по конкуренции. Мы сами полностью делаем дизайн-проект, точно знаем, какой, например, должна быть площадь зоны ожидания. У нас есть своя разработка – специальный балетный пол, который лежит только в профессиональных учебных заведениях. Там несколько слоев, между ними – воздух, и есть некая амортизация, за счёт этого снижается нагрузка на суставы. Мы обучаем самого партнёра либо его управляющего, полностью обучаем и аттестуем персонал. Без нашей аттестации персонал не может выйти на работу. Кроме того, у нас есть отдел контроля качества, мы очень щепетильно к этому подходим. Работа педагогов оценивается благодаря дистанционному видеонаблюдению. У каждой нашей школы есть рейтинг, конкретные цифры. И цифра эта не должна опускаться ниже критического значения, иначе школа идёт под закрытие.

У нас своя миссия – показать балет с хорошей стороны, дать ребёнку возможность взять самое лучшее. Мы стараемся сделать балет доступным для всех.

– Не воспринимают ли вас обычные школы искусств как конкурентов?

– Конечно, воспринимают. К тому же мы конкурируем не только с балетными школами, но в возрасте от двух до четырёх лет конкурентов у нас практически нет. Эту аудиторию мы с рынка забираем целиком. Мы это даже в название «зашили». И мы уверены: если ребёнок прозанимался у нас три месяца, всё, он уже никуда не уйдёт...

Алексей Сокольский

THE CLOCK IS TICKING, BUT AS TO BALLET, WE ARE AHEAD OF THE WORLD

The phrase “Russian ballet conquers the world” gets the second meaning: the ballet school “Ballet Since Two Years” is already open in Kazakhstan, Belarus, Switzerland and the United Arab Emirates, where the second Ballet Since Two Years school will soon open. Here we can also mention China, the representatives from which have also bought the franchise, but have not opened the school yet. But in total, according to the words of the creators of this truly unique school Tatyana Korneeva and Dmitry Korneev, 13 own branches and 37 franchised branches are already working under this brand. Of course, during the time of this issue preparation for print, these numbers could have already increased. After all, another 12 schools in different regions of Russia are preparing for the opening.

To the question “What is Ballet Since Two Years?” little Milana can answer with confidence: “That is daddy, mommy and me”. As all has really begun with the school. There was no place for the child to study this kind of art, so that mother – a professional in this field – has decided that she will study her daughter and her daughters’ peers to ballet herself. The father has decided that philocaly is good, but why not to make a business out of it? “Choosing a job is choosing a fate,” he said at the beginning of our conversation. And there is a “suspicion” that they have chosen fate not only for themselves ...

In such a way the first school appeared. Then appeared the second one, and so on ... If you, like me, at the beginning of this conversation are also “tormented by vague doubts” that, “ballet is neither what girls dance in clubs today nor what girls dance in kindergartens”, that “ballet is an exclusive art”, that the demand for such classes, especially at such a young age, is not very big, then Tatyana will inspire you!

– Exclusive? – Now, it’s already common. Three years ago, when we just opened our network in Moscow, there were not many ballet schools, it is true. And of course there were no schools for children since two years old at all. Now there are plenty of them in the capital, they are very popular and developed. Such schools are also in demand in regions: we get lots of messages in instagram showing high interest of people to have such a school in their region. Franchisees still are afraid to open such points in the regions due to some economic cautiousness. But soon -they’ll start, for sure. Parents need such schools. They are demanded.

– What is Ballet Since Two Years? How do parents, bringing their young princesses to the school, perceive it - as an interesting and useful pastime, as a general development, or as a “path to the stars”?

– More often, the classes are perceived as the right general development, with an emphasis on the classics. – says Tatyana. – At the age of two, when a child is open to the world around, he or she is interested in everything. Children of two years are not capricious yet. The crisis of three years is not yet achieved. We “take” the child and



lead through this crisis. Of course, we do not teach fouette, but this is not just rhythmic either. This is not just dancing, and not just learning in circles. Ballet classes are good for backs and legs. Coming to us children have very different physical development. This is a kind of “school for noble maidens” – they can broaden perspective in the field of art: our children know all the composers, all the main ballets, they know what theater is ...

It is necessary to add here that they are familiar with theater not only from the auditorium. Already two times the young Ballet Since Two Years pupils performed on the stage of the Kremlin! They also performed on stage with the Bolshoi Theater artists and the artists from the Stanislavsky and Nemirovich-Danchenko Theater!..

We constantly have performances, concerts - it is a great experience for children – at such a young age to reach an audience of 500-800 people ...

– To talk about art is interesting, but let’s not forget about business ... What do the founders of Ballet Since Two Years offer to its potential franchisees? According to what criteria do they select those with whom such an agreement can be concluded? Opening a ballet school or some kind of store is, to put it mildly, not quite the same thing, do you agree?

– We offer a training program, we have developed from scratch. There is the world-famous Vaganova program, according to which everyone learns. But it is considered for children since 7-8 years old. There had never been a program for younger generation. I have created it. I had a person, who tried my every method – this is my own daughter. It would be difficult without her; there wouldn’t

be such a task ... If I saw the interest, if my child was happy, joyful, then I understood that everything was correct. But if she lost the interest... We work very closely with children’s emotions; the methodology of the first two years is built on this. And we know for sure what the child who comes to us would like. Our methodology was developed jointly with neuropsychologists and specialists in child development and was approved by the leading teachers of the Moscow State Academy of Choreography (MSAC).

Dmitry – The success of a business at large depends on the partner. We never betray a typewriter that prints money ... We select premises according to specific parameters: we are guided by the location of the district, its density and the income of its population. We consider the competition. We do the design project ourselves; we know exactly what, for example, should be the size of the waiting room. We have our own development – a special ballet floor, which lies only in professional educational institutions: there are several layers, there is air between them, which provides some kind of amortization, thanks to which joints are relieved. We train a partner or his or her manager; we train and certify the staff. Without our certification, staff cannot work for us. In addition, we have a quality control department - we take much care of this. The work of trainers is evaluated through remote video surveillance. Each of our schools has a rating, specific numbers. And these numbers should not fall below the critical level; otherwise a school with poor rating is closed.

We have our own mission - to show the ballet on the good side, to give a child the opportunity to take the best. We try to make ballet accessible to everyone.

– Do ordinary art schools perceive you as competitors?

– Of course, they perceive, as we compete not only with ballet schools. But as for children at the age of two to four years old development we practically have no competitors. We take all this audience from the market. We even sewed it into the title. We are sure: if a child has been training with us for three months - he or she will stay with us ...

Aleksey Sokolsky

““

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

””

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

КОРПОРАТИВНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ: ОДНО РЕШЕНИЕ ДЛЯ КОМПЛЕКСА ЗАДАЧ

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

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

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

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

Источник:

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



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



*Maria Suvorovskaya,
CEO of the BUSINESS
DIALOGUE MEDIA*



CORPORATE TELEVISION: ONE SOLUTION FOR THE SET OF TASKS

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

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

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

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

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

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

Деловые советы:

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

Зарубежные ТПП:

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

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

Федеральные ведомства:

- Федеральное агентство по делам

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

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

логии и мониторингу окружающей среды (Росгидромет)

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

5 ИЮНЯ 2020

Radisson Resort & Residences Zavidovo



VIII ЦЕРЕМОНΙΑ

ЛУЧШИЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИИ

2019–2020

Ежегодное событие в сфере корпоративной социальной ответственности, объединяющее представителей бизнеса, государства и общественности

**Успейте
подать заявку!**



Подробности
на сайте
socprojects.org

РЕКЛАМА

АКУЛЫ ПРАВА

Уголовно-правовая защита бизнеса

Сопровождение сделок

Разрешение споров



125009, Москва,
улица Тверская, дом 16, строение 1,
офис А-501 (БЦ «Галерея Актер»)

www.al-cg.com

620144, Екатеринбург,
улица Шейнкмана, дом 121,
3 этаж (БЦ «Антарес-бизнес»)