

BIGMOSCOW

июль – сентябрь 2016 | DIGITAL MAGAZINE

РУССКАЯ ВЕРСИЯ



Москва
предлагает миру
новую реальность

Американец
Клоус

варит и продает
москвичам сыр

Итальянец
Виани

реализует в столице
России мороженое

Француз
Вайнбаум

наладил в Москве
производство смузи

Содержание

BIGMOSCOW

июль – сентябрь

2016

ПЕРСОНА



«Потенциал для бизнеса есть!»

– убежден глава Канадской деловой ассоциации американец Нейтан Хант

5

Хотите открыть бизнес в Москве?

5 советов от Нейтана Ханта

ЛИЧНЫЙ ОПЫТ



Вершины ручной работы

Американец Джей Роберт Клоус варит и продает в столице России сыр



Как москвичи полюбили «фаст-гуд»

Итальянец Джузеппе Виани успешно реализует в столице России мороженое



Успех прямого отжима

Француз Давид Вайнбаум наладил в Москве производство смузи

НА РАБОТУ В МОСКВУ



Здравствуй, Мэри Поппинс!

Англичанка Кэрри-Энн Прайк предлагает москвичам гувернанток.

ТОРГОВАТЬ С МОСКОВОЙ





Как читать журнал



1 Главное меню

Прикоснитесь к экрану для его появления.

2 Архив номеров

Все номера BIGMOSCOW, которые вы уже скачали, — в вашей личной библиотеке.

3 Назад

Эта стрелка вернет вас к предыдущему материалу.

4 Содержание

Полный список материалов выпуска.

5 Подробное содержание

Список материалов с превью каждой страницы, краткими аннотациями, указанием авторов.

6 Панель быстрой навигации

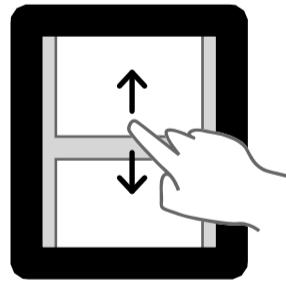
Быстрый переход по страницам издания.

7 Social Sharing

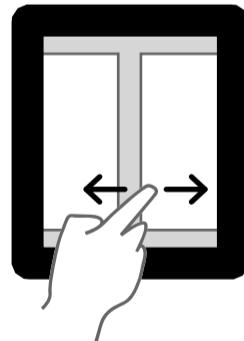
Делитесь интересными материалами с друзьями!

8 Закладки

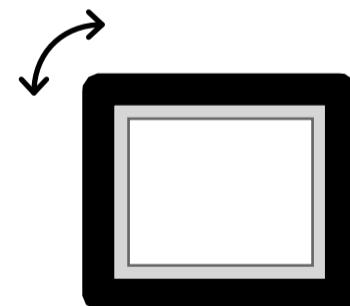
Добавляйте понравившиеся материалы в закладки.



Просматривайте материал касанием по вертикали



Передвигайтесь между статьями касанием по горизонтали



Читайте журнал в удобном для вас положении

Условные обозначения



Дополнительный контент



Ссылка



Отправить письмо



Видео



Продолжение статьи



Следующая статья



Прокручивающийся текст

*Глава Канадской
деловой ассоциации
Нейтан Хант убежден
в перспективности
экономики Москвы
для иностранных
инвесторов*

**Потенциал
для бизнеса есть!**

ТЕКСТ: НИКОЛАЙ МИРОШНИК | ФОТО: ФРАНЧЕСКО РОССИНИ



Выпускнику отделения русистики Йельского университета (США) Нейтану Ханту, как он говорит, сам бог велел выбрать карьеру в России. В Москву он приехал в 1992 году. И уже 20 лет возглавляет здесь представительство канадской компании Ronald A.Chisholm Limited. И 15 лет является председателем совета директоров Канадской деловой ассоциации в России и Евразии (СЕРВА). Сегодня Нейтан рассказывает о жизни и бизнесе иностранцев в России.

– Господин Хант, вы встали во главе СЕРВА в 2001 году. Тогда она еще называлась Канадской деловой ассоциацией в России (КДАР). Но с 1996 года, то есть с момента ее основания, вы входили в ее совет директоров...

– Не совсем так. Когда именно образовалась КДАР, я точно сказать не могу. Но в 90-е это была небольшая организация. А после дефолта в России 1998 года она осталась практически без руководства. Членов – по пальцам пересчитать. Речь шла о закрытии. А я стал

возражать: зачем, давайте привлекать новых членов. И мне предложили ее возглавить.

Мы стали активнее проводить бизнес-мероприятия, больше общаться с российскими деловыми кругами. В 2003 году начали вести переговоры с другими канадскими бизнес-клубами, ориентированными на работу с Россией. В конце концов мы создали нынешнюю организацию, расширив ее деятельность на Казахстан, начав работать с другими странами постсоветского пространства. Все это я считаю, пожалуй, своим главным достижением за время работы в Москве.



– Сегодня в CERBA более 200 членов. В непростой международной и экономической ситуации какова динамика этой членской базы?

– Если база и сократилась, то незначительно. Десяток членов CERBA покинули организацию за последние 12 месяцев. Но за то же время к нам пришло два десятка новых членов. Это и фирмы-новички на российском рынке, и компании, которые уже давно работают здесь, но не входили в CERBA.

– А почему не входили?

– Видимо, считали, что у них и так все нормально. Но теперь, в соответствии с официальной политической линией, правительство Канады и канадское посольство не имеют права способствовать усилиям канадских фирм, направленным на расширение своей деятельности в России – только на поддержание существующего уровня бизнеса. А для нас, независимой организации, это уставная задача.



– Сколько среди ваших членов представителей малого и среднего бизнеса?

– Больше половины.

– Канада с экономической точки зрения – одна из ведущих мировых держав. Однако двустороннее сотрудничество с Россией, скажем прямо, оставляет желать лучшего. Среди торговых партнеров России Канада где-то на 42-43 месте, ее доля во внешнеторговом обороте нашей страны не превышает 0,3%. Главная причина – политическая?

Россияне относятся к иностранцам значительно лучше, чем во многих западных странах.



**Инвестировать в Россию можно.
Просто это надо делать с умом.**

– Политика, несомненно, – основной фактор. Последние два года точно. Если не последние лет десять. Можно было бы предположить, что позиция канадского правительства не способствовала расширению двусторонних экономических связей, но это не совсем так. Пять лет назад Россию внесли в официальный список приоритетных для Канады рынков. Но... играют роль и другие факторы. Ну, хотя бы то, что канадцы как инвесторы и как бизнесмены весьма консервативны. Более консервативны, чем европейцы и даже американцы. Когда речь идет о рисках, канадцы, скорее всего, пойдут последними.

– И все-таки есть примеры успешного сотрудничества канадских и российских компаний. В горнодобывающей отрасли можно назвать такие

О НЕЙТАНЕ ХАНТЕ



крупные фирмы, как Kinross Gold, Global Cobalt, Silver Bear Resources, Barrick Gold... Да и в других сферах: свои проекты в России разрабатывали и один из крупнейших в мире поставщиков агрокомплектующих Magna International, и производитель железнодорожной техники и гражданских самолетов Bombardier, и признанный лидер в авиационном двигателестроении Pratt & Whitney...

– Да, мы были на грани создания нескольких крупных совместных предприятий. Но пришел 2014 год, события, связанные с Украиной...

– Но вернемся к российско-канадскому экономическому взаимодействию. Большие проекты связаны с грандами экономики Канады. А среди

Мы стали активнее проводить бизнес-мероприятия, больше общаться с российскими деловыми кругами.

малого и среднего бизнеса есть ли примеры успешных совместных проектов?

– Есть. Относительно небольшие канадские компании оказывают сервисные услуги на российских нефтегазовых месторождениях, в горнодобывающей отрасли. Есть ИТ-компания, построившая системный интегратор для обслуживания российских компаний в сфере коммуникаций.

– А канадский бизнес в России из-за политических перипетий, санкций и контрсанкций сильно пострадал?

– Чего далеко за примерамиходить... Наша компания Chisholm двадцать лет успешно вела здесь бизнес. Причем не только ввозила продукты питания, прежде всего мясо, но и экспорттировала российские сельхозтовары в другие страны. Мы инвестировали в Россию боль-

шие деньги. Но сейчас этот бизнес переживает не лучшие времена...

– Вас, западных бизнесменов, в России как-то «прижимают»?

– Да господь

с вами. Никогда! На самом деле россияне относятся к иностранцам значительно лучше, чем относятся к иностранцам во многих западных странах. Ни при какой международной напряженности здесь не только не было угрозы для жизни — об этом я вообще не говорю, — но даже проявлений недоброжелательности по отношению к иностранцам. И каких-то «происков» со стороны российских властных структур — ни в коем случае. Скажу больше. Не раз убеждался: когда я лично приходил в официальное учреждение с просьбой, ее чаще всего удовлетворяли.



Канадцы как инвесторы и как бизнесмены весьма консервативны.



... О компании
«Рональд
А. Чизхолм
Лимитед»



А вот если посыпал российского сотрудника, ему говорили: есть порядок, вы должны сделать то-то и то-то, написать запрос... Иностранцам всегда в Москве делали и до сих пор делают маленькие поблажки. Скорее наоборот: русские слишком строги друг к другу.

– А вы как ассоциация что рекомендуете канадским инвесторам: идти в Россию или пока переждать?

– Нет, инвестировать в Россию сегодня можно. Просто это надо делать с умом. С надежным, хорошим партнером. Сложности, связанные с политикой, безусловно, есть. Но с ними можно справляться. Как раз продукция средних и малых компаний очень востребована в России. И мы своим говорим: для успешной работы необходимо быть здесь, а не просто продавать свой товар из-за рубежа. Тем более что после падения курса рубля это стало выгодно. И многие уже это поняли: открывают тут пусть небольшие, но производства.

– А на какие конкретно сферы экономики, по вашему мнению, стоит обратить внимание, прежде всего, малому и среднему бизнесу? Во что вкладываться?

– Канада всегда преуспевала в разработке природных ресурсов — в гор-

нодобывающей отрасли, нефтегазовом бизнесе. В секторах, связанных с этим. Если говорить о малом и среднем бизнесе, есть ряд сервисных компаний, которые могли бы стать здесь лидерами в обслуживании российских гигантов. Если бы их товары и услуги, опять-таки, производились бы здесь.

– А уже есть примеры того, что называется локализацией производства?

– Есть предприятие, которое производит ленту для обмотки газопроводов. Раньше ее завозили, теперь производят здесь. Есть удачные проекты в сфере услуг. Очень успешным был стартап — рекламное агентство Creative Factory, основанное канадцем в России. Он очень выгодно продал этот бизнес рекламному гиганту Saatchi & Saatchi, оставшись в нем просто руководителем. И таких примеров было бы больше, если бы рынок позволял. Допустим, в строительстве жилья. Мы долго продвигали деревянно-каркасные дома, и есть успешные примеры сотрудничества в этой отрасли, в т.ч. канадская фирма Norewell и построенный по канадской технологии поселок на севере от Москвы — Новые Вешки. Но сами знаете, рынок жилищного строительства в России сейчас тоже лихорадит.

Ну и могу назвать, опять-таки, нашу компанию Chisholm. Раньше



она все продукты ввозила в Россию из-за границы. Сейчас что-то уже производим здесь. Это достаточно большие инвестиции в нескольких регионах России.

– А вообще сложно иностранцу открыть свой бизнес в Москве?

– Формально – сложнее, чем в Канаде. Но если иметь хорошего русского партнера и хорошего бухгалтера, который знает, что и как делать, куда идти... Создать юридическое лицо можно за несколько недель. Т.е. открыть свой бизнес в России несложно. Было бы желание. И спрос на рынке.

– Коррупция не препятствует?

– В России можно работать без коррупции. При одном условии: толерантность к коррупции должна быть нулевой. Горнодобывающая компания Kinross Gold, самый крупный канадский инвестор в России, – отличный тому пример. Когда дело

касается, скажем, продления лицензии и только начинает пахнуть коррупцией, они идут к вышестоящим властям. И говорят: мы хотим продлить лицензию; есть официальные требования, мы их все выполнили, а вот эта инстанция считает, что не выполнили. Вы тоже так считаете? Обычно, когда в таком русле преподносится вопрос вышестоящим органам, там все решают правильно.

При этом я не хочу сказать, что инвесторы всегда правы. Порой они ссылаются на коррупцию, хотя сами сделали не все, что от них требовалось.

– В конце марта в Москве прошел 15-й ежегодный Благотворительный аукцион СЕРВА с Владиславом Третьяком. Что это за инициатива?

– Это я придумал 15 лет назад, когда возглавил ассоциацию. Как раз познакомился с Владиславом Третьяком. Великий человек. Не потому, что великий хоккейный вратарь, а потому что он пользуется

Я вижу в Москве колоссальный прогресс во многих отношениях. Особенно в последние пять-шесть лет.



своим талантом, чтобы улучшить жизнь другим, особенно малоимущим и самым незащищенным слоям общества. Общаться с ним одно удовольствие. И тогда родилась идея аукциона: продавать какие-то памятные хоккейные вещи, лично подписаные Третьяком... А вырученные деньги направлять на благотворительность. В 2001 году мы собрали 5 тысяч долларов. В следующий раз – 12 тысяч. А последнее время зарабатываем ежегодно по 200 тысяч. При этом мы тщательно следим, куда и на что уходят деньги. Каждый год делаем видеоотчет по израсходованным суммам и предъявляем его широкой публике.

Например, так мы поставили в роддом инкубаторы для недоношенных младенцев. Раньше там не могли выходить всех сложных новорожденных и теряли в год до 100 малышей. А теперь – меньше десяти. Конечно, приятно сознавать, что благодаря нашим инкубаторам сохраняются жизни малышей.

– Вы помните, с какими трудностями столкнулись, когда приехали в Россию?

– Это было в начале девяностых... Если говорить о бизнесе, то это, наверное, были проблемы, связанные с экономической нестабильностью. Сложно было с банковской системой. В 1998 году после дефолта

лопнул банк, в котором у нас были счета, и мы потеряли практически все деньги. Быт был проблемой. Не достать детского питания для моего годовалого ребенка. Сейчас, конечно, ничего этого нет. Вообще я вижу в Москве прогресс во многих отношениях, и даже колossalный. Особенно в последние пять-шесть лет. Ездить по городу стало лучше. Не скажу, что пробок нет. Но их стало значительно меньше после того, как в Москве завели этих зеленых динозавров.

– Зеленых динозавров?

– Эвакуаторы. Поначалу думал: это что-то ужасное. Прямо преступление против человечества. Я всегда парковал машину на тротуаре, почему вдруг не могу? На самом деле все стало намного цивилизованнее.

– Семья живет с вами, здесь?

– Жена и 17-летняя дочь здесь. А сын окончил в 2010 году в Москве англо-американскую школу. Получил награду как первый ученик, который прошел в этой школе путь от нулевого (подготовительного) класса до последнего – отучился полных 14 лет. Теперь он студент Университета Броука в Канаде, хочет получить степень магистра по истории.

– Вы просто здорово говорите по-русски. Для работы в России знание языка необходимо?





**Считаю, что потенциал для успешного
бизнеса в России остается. Так что
покидать Москву пока не собираюсь.**

– Знать язык страны, где ты работаешь, всегда полезно. И в России это, наверное, полезнее, чем где-то еще. Люди здесь ценят иностранца, знакомого с их культурой и неплохо говорящего на их языке. Это позволяет легче налаживать личный контакт. А личный контакт, замечу, на российском рынке крайне важен. В Канаде вполне можно вести бизнес по электронной почте, по факсу, можно вообще никогда не встречаться с человеком, с которым у тебя контракт на два миллиона долларов. Россиянин же, налаживая отношения с новым партнером, хочет знать его в лицо.

– **Вы очень долго живете в Москве. Планируете продолжать?**

– Да. Привык. Хоть сейчас дела идут не очень. Но прежде чем думать об отъезде, хочу посмотреть, какие еще есть возможности. Считаю, что потенциал для успешного бизнеса в России остается. Так что покидать Москву пока не собираюсь. ■

**Открыть свой бизнес в России несложно.
Было бы желание.
И спрос на рынке.**

СОВЕТОВ ОТ
НЕЙТАНА ХАНТА
ДЛЯ ТЕХ, КТО ХОЧЕТ ОТКРЫТЬ
БИЗНЕС В МОСКВЕ



За каждым из советов – опыт и знания человека, работающего в России. Прикоснитесь и узнаете.



За каждым из советов – опыт и знания человека, работающего в России. Прикоснитесь и узнаете.



За каждым из советов – опыт и знания человека, работающего в России. Прикоснитесь и узнаете.



НЕ СБУДЬТЕ УПОРНЫ
«ВОЗМИ ТЕРПЕЛИВЫ».

Сейчас не то время, когда можно приехать и за три месяца заработать миллион долларов. Нужны долгосрочные планы где-то уходить от законов, обходить закон. Но надо помнить: раз пойдя по этому пути, попадешь в яму, из которой уже не выбрашься.

За каждым из советов – опыт и знания человека, работающего в России. Прикоснитесь и узнаете.



ИНВЕСТИРУЙТЕ
В СВОЕ ДЕЛО, КОТОРОЕ
ЗНАЕТЕ, ЗА КОТОРОЕ
БОЛЕЕТЕ, В КОТОРОМ
УЧАСТВУЕТЕ ЛИЧНО.

Просто отдать деньги, уехать и ждать,
когда они принесут отдачу, здесь
не получится. Участие лично во всем
значительно снижает риски.

За каждым из советов – опыт и знания человека, работающего в России. Прикоснитесь и узнаете.



НЕ СОБЛАЗНЯЙТЕСЬ
«ВОЗМОЖНОСТЯМИ»
КОРРУПЦИИ,
ОСТАВАЙТЕСЬ ВЕРНЫ
СВОИМ ПРИНЦИПАМ.

Может показаться, что коррупция
где-то упрощает жизнь, позволяет
обходить закон. Но надо помнить:
раз пойдя по этому пути, попадешь
в яму, из которой уже не выбраться.

За каждым из советов – опыт и знания человека, работающего в России. Прикоснитесь и узнаете.

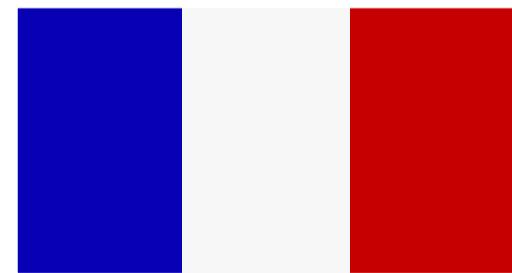
ЛИЧНЫЙ ОПЫТ



**Американец
Клоус
варит
и продает
москвичам
43 сорта
сыра**



**Итальянец
Виани
успешно
реализует
в столице
России свое
мороженое**



**Француз
Вайнбаум
наладил
в Москве
прибыльное
производство
смузи**

ВОСТОЧНЫЙ ОПЫТ // ДЖЕЙ РОБЕРТ КЛОУС

Американец **Джей Роберт Клоус** варит и продает в столице России 43 сорта сыра

Вершины ручной работы

ТЕКСТ: СТАНИСЛАВ КОМАРОВ | ФОТО: ФРАНЧЕСКО РОССИНИ

Джей Роберт Клоус с юности очень много путешествовал.

И в 1992 году познакомился в Париже с русскими, которые уговорили его приехать в Москву. С тех пор его жизнь связана со столицей России. Он поменял много профессий, но страну проживания менять не собирается.

Потому что теперь успешно занимается по-настоящему любимым и доходным делом: варит вкуснейшие сыры, пользующиеся неизменным спросом многочисленных покупателей и ценителей.

– Что это была за история с переездом из Парижа в Москву?

– Я жил во Франции, в Париже. Моим домом была баржа. На одной из вечеринок познакомился с гостями из России. Как потом оказалось, среди них был знаменитый модельер Валентин Юдашкин. Эта компания попросила показать им город. Я показал им свои любимые места, а потом мы приехали на мою баржу жарить шашлыки. Так и завязалось знакомство. В следующий приезд эти же люди предложили мне поехать

с ними в Россию. Сказали, что здесь очень интересная жизнь. Я тогда находился в депрессии, поездка в неизвестную страну показалась мне выходом из душевного кризиса.

– И вы полетели?!

– Да. Это был декабрь. На улице – мороз. Мои новые друзья поселили меня в «Метрополе». Предупредили: если что-то не понравится, переселим в более дорогое место. Но я не хотел жить в особых услови-





**Я не хотел жить в особых условиях. Хотел
узнать, как живут простые русские люди.**

ях. Я хотел узнать, как живут простые русские люди. Помню, меня спросили: «Ты хочешь испачкать руки?» И да, я этого хотел! Поэтому переехал в Кузьминки, начал наблюдать за москвичами из самой их гущи. Самые яркие первые впечатления: Кузьминский продовольственный рынок, такси, метро... Многое было мне непонятно. Но в конце концов я освоился.

– Быстро нашли работу?

– Я уже многое умел: работал плотником, сантехником, слесарем.

– А как стали сыроваром?

– Так как у меня была рабочая виза, то по истечении трех месяцев я должен был уезжать из России. В одной из таких поездок я добрался до Голландии. И в Амстердаме «заболел» сыроваренным производством. Очень заинтересовался процессом. Даже взял за деньги несколько уроков, чтобы научиться самостоятельно варить сыр. К тому же наемная работа мне уже порядком надоела. И я решил поработать на себя.

Когда вернулся в Россию, сразу перебрался из Москвы в подмосков-

**Я жил во многих странах мира и знаю,
что такое свобода. Свободнее,
чем в России, мне нигде не жилось.**

Знал, что такое поварское ремесло. И устроился поваром в ресторан. Потом стал шефом. В итоге почти 20 лет проработал шеф-поваром во многих известных московских ресторанах и клубах: Justo, Piano Bar, «Голодная утка», Chesterfield, B.B.King, Coconut, Papa Johns, «Жигули», «Ацтека», «От заката до рассвета»... Приходилось быть и бар-менеджером, и даже PR-менеджером.

ную деревню, где в своем доме организовал небольшую сыроварню. По неопытности совершал глупые ошибки. Пробовал варить сыр из молока, которое продают в супермаркетах... Теперь знаю: сыр из такого молока не получается, а вот из фермерского выходит отменный. Поначалу я варили сыр для себя и делился с соседями. Но потом обороты выросли и я стал ездить по известным московским ресторанам и торговым фермерским сетям, устраивать пре-





**Поначалу я совершил глупые ошибки:
пробовал варить сыр из молока, которое
продают в супермаркетах...**

зентации и дегустации. И дело пошло!

– И где сегодня можно встретить ваш сыр?

– В магазине «Еврейские штучки» в ТЦ «Тишинка», в магазине «Точка», в ресторанах «Белый налив», Parka, «Дом 12», в универмаге «Москва»... Много сыра у меня берут люди, которые не хотят покупать его в супермаркетах. Это истинные любители сыра, они частые гости на моих дегустациях. Также мы осуществляем доставку своей продукции по частным заказам. Сыр можно заказать на нашем сайте, а всю информацию о предстоящих дегуста-

циях мы выкладываем на своих страницах в соцсетях.

– Как организовано ваше производство?

– Теперь у меня работают 10 сотрудников: водитель, администраторы, продавцы. Сыр варят три человека – я и двое помощников. Они опытные сыровары, в моей команде уже несколько лет.

– А где вы покупали оборудование?

– В Голландии. В оборудование я вложил больше 20 000 евро. Дополнительно пришлось потратить деньги на строительство склада и уста-

Мнение

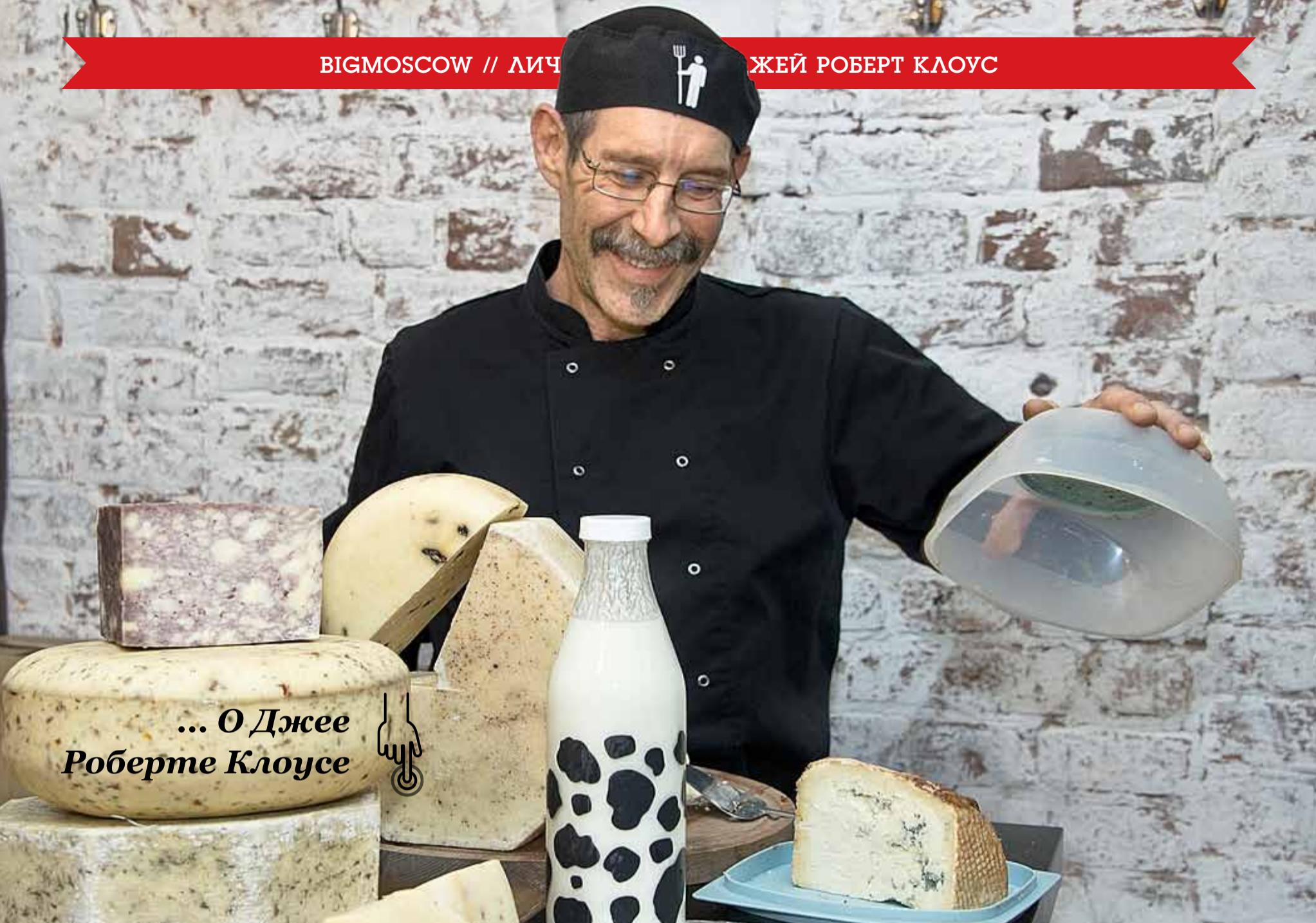


Александр Крупецков,
основатель
сети магазинов
«Сырный Сомелье»



После введения Россией в качестве антисанкций эмбарго на европейские сыры полки супермаркетов по всей стране начали пустеть. Но места, где раньше лежали завозимые из ЕС рокфор или пармезано, пустовали недолго. Сегодня их заняли производимые в России, Белоруссии и других странах СНГ аналоги. Причем самого разного качества. Увы, далеко не всегда лучшего. По заявлению Россельхознадзора более 10% сыра в России – фальсификат. А люди по-прежнему хотят хорошего сыра.





*... О Джее
Роберте Клоусе*

новку холодильных камер, закупить контейнеры для хранения сыра.

– У вас прибыльный бизнес?

– Вся прибыль уходит на развитие.

– Что самое главное в производстве сыра?

– У каждого получается свой неповторимый сыр. Это кропотливая ручная работа.

– Сколько стоит ваш сыр?

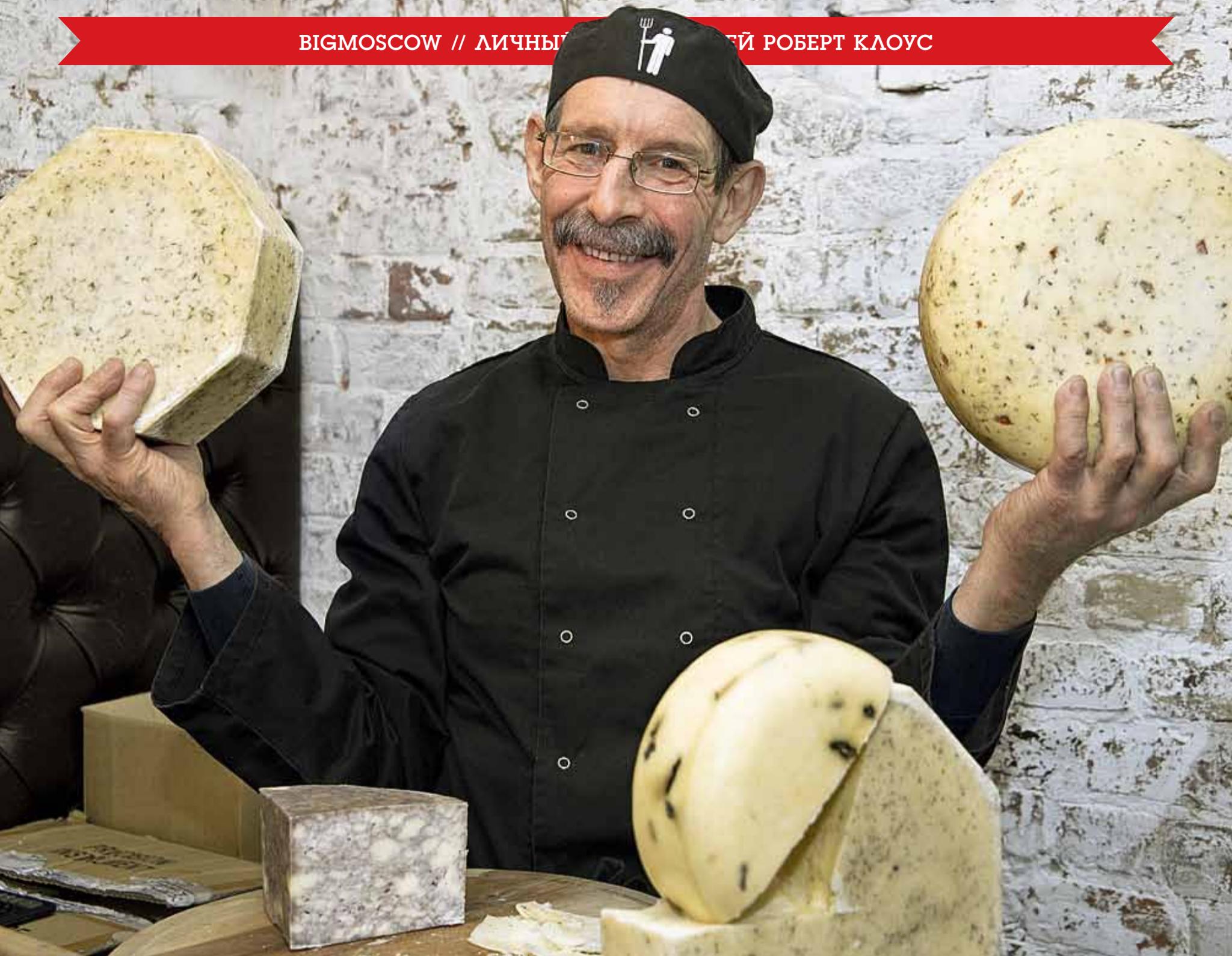
– От 800 до 2 500 рублей за килограмм. Производим мы порядка 150 килограммов сыра в неделю. Сорок три сорта!

– А какие из них пользуются наибольшим успехом у жителей столицы?

– Романо, чеддер, козий на лимонной закваске, французский блю с голубой плесенью. Цена покупателей не отпугивает, знатоки сыра знают, что хороший, качественный продукт дешево стоить не может.

– А где берете молоко для производства? Сами коров содержите?

– Рядом со мной живут два фермера – у них хорошее молочное производство. Они и привозят мне отличное молоко. Но я все равно



внимательно слежу за его качеством, производство сыра халтуры не терпит.

И да, у меня есть своя ферма. Семь лет назад я купил первого теленка. Долгое время на ферме жили коровы, жила даже игуана. Но сейчас у меня там остались только козы, свиньи да куры.

– **Почему?**

– Со мной приключилась целая история... Потом пришлось начинать бизнес практически с нуля.

Мне в очередной раз надо было продлевать рабочую визу. И я, как обычно в такой ситуации, уехал из России... Но на целых 14 месяцев застрял во Франции. Не мог получить российскую визу снова, вынужден был ждать. Думаю, это произошло из-за режима санкций. Америка сделала плохо России, Россия ответила контрмерами, а я – обычный человек – пострадал. Когда же вернулся, оказалось, что теперь уже бывшая супруга продала животных с фермы...

– Как вам живется и работает в Москве?

– Сумасшедший город! Жить и работать здесь сложно, но безумно интересно. У меня очень много знакомых. Ко мне на мастер-классы собираются люди со всей России, приезжают экспаты. Я не держу свои технологии в тайне. Приятно осознавать, что мои ученики-сыровары – к примеру Джон Кописки (John Kopiski), другие фермеры – сейчас активно выходят на столичный рынок со своей продукцией. И хотя они брали уроки у меня, они делают абсолютно другой сыр.

Стараюсь приобщить сына к своему любимому делу. Ему 12 лет, он

учится в школе, но летом помогает мне на ферме. Дочку зовут Марта, она живет с бывшей женой.

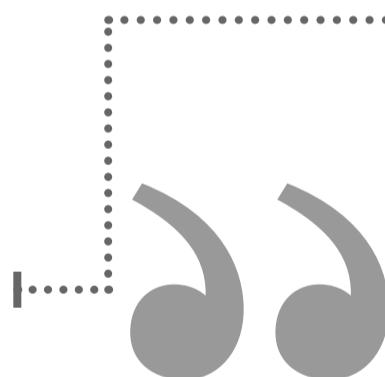
– Знаю, что вы большой поклонник блюзовой и рок-музыки. Удается ходить на концерты?

– Я давно дружу с русским музыкантом Сергеем Вороновым, фронтменом группы CrossroadZ. Его команда классно играет блюз. Мы с ним познакомились в начале 90-х в Париже, когда он был на гастролях. Каково же было его удивление, когда он увидел меня на своем концерте в московском клубе! Мы встретились, обнялись. Но сейчас, к со-

Эксперт



**Реваз Дзамнашвили,
ведущий аналитик
компании «Центр
маркетинговых
исследований «Олимп»**



Российский рынок сыроварения активно развивается. Этому способствует эмбарго на импорт некоторых продуктов в Россию. А также тенденция производить и потреблять натуральные продукты. Основной прирост приходится на маленькие сыроварни. И эластичность этого рынка еще огромна. В особенности в сегменте премиальных сортов. Восполнить объемы ушедших с рынка европейских производителей пока еще в полной мере не удалось. Поэтому ритейлеры ждут новых поставщиков.

Открытие сыроварни в России сегодня потребу-





У каждого получается свой неповторимый сыр. Это кропотливая ручная работа.

жалению, времени ходить на его концерты совсем нет. Приходится варить сыр практически круглосуточно.

– Следите за политикой?

– Мы на плохом пути. Америка, Россия, Китай. Мы постоянно ссоримся. Тратим безумные деньги на вооружения. Мне, американцу, не нравится, что моя страна лезет во внутренние дела других стран, даже тех, где руководителей выбирают демократическим путем. США везде хотят поставить своих людей. Также я считаю, что именно Россия выиграла войну против фашизма, и она пишет более правдивую историю про Вторую мировую войну. Но в США пишут другую историю.

Я жил во многих странах мира и знаю, что такое свобода. Свободнее, чем в России, мне нигде не жилось. Правда, Москва постепенно утрачивает свою самобытность и все

КАКИЕ СЫРЫ
ПРЕДПОЧИТАЮТ
РОССИЯНЕ?



больше становится похожа на типичную европейскую столицу. Она очень изменилась. Раньше этот город был уникальным, а сейчас все больше напоминает западные столицы.

– А в каких странах вы бывали?

– Я люблю приключения: если не рисковать, ничего не получится. Каждый раз, выходя из дома, мы рискуем своей жизнью, я просто чуть больший экстремал, чем другие. Много путешествовал. Жил в Калифорнии, в Австралии и Новой Зеландии, на Фиджи, Бора-Бора, кормил крокодилов на ферме в Папуа – Новой Гвинее и даже жил там с каннибалами, работал на греческом рыболовецком судне. Благодаря этому выучил английский, французский, испанский, итальянский и русский языки. Журналисты любят брать у меня интервью. Из-за отсутствия другой рекламы это очень помогает

В оборудование для сыроварения я вложил больше 20 000 евро.





в бизнесе. Если бы не помогало, стал бы я рассказывать всем вам свои истории!

— Была бы возможность уехать из Москвы, покинули бы ее?

— Я ведь уже уехал. Живу-то не в Москве, а в деревне.

— Но что вас удерживает в России?

— Надо делать и продавать сыр. Я люблю свою работу, Москву, люблю свой дом, своих животных, люблю свой сыр. Люди обязательно должны делать полезные и нужные друг другу вещи. Я здесь нужен! ■

Джузеппе Виани
предложил москвичам
настоящее итальянское
мороженое, здоровые
десерты и вкусные
бутерброды

Как москвичи полюбили «фаст-гу»

ТЕКСТ: НИКОЛАЙ МИРОШНИК | ФОТО: ФРАНЧЕСКО РОССИНИ

Решив познакомить россиян с итальянским мороженым, ресторатор Джузеппе Виани с братом Герардо открыли в ряде городов сеть из 14 кафе-мороженых «Джелатиссимо».

Но потом продали этот бизнес. И в прошлом году организовали в Москве совсем небольшое, камерное, но уютное и ставшее популярным у клиентов кафе «Viani».

Первый же год работы заведения принес прибыль. И сегодня Джузеппе делится с обозревателем BIGMOSCOW рассказом о том, как создавал свой бизнес в России, и планами на будущее.

– Джузеппе, я читал в Интернете отзывы о вашем кафе – почти все они, как вы, наверное, сами знаете, восторженно-положительные. Но там почему-то все вас числят венецианцем. А, насколько мне известно, вы до переезда в Москву жили в городке Тревизо...

– А кто в России слышал о Тревизо? Пришлось бы долго объяснять: где это и что... Поэтому я всегда говорю, что живу в Италии под Венецией – до нее всего 30 километров.

– Тогда с прошлым все ясно. Но как возникло ваше московское настоящее?

– Старший брат 25 лет был представителем в России швейной компании. И как-то, еще в девяностые, брат мне сказал: «Знаешь, чего в России не хватает? Настоящего итальянского мороженого!» Поясню: у нас, в Италии, повсеместно есть, конечно, как и в России, мороженое, если можно так сказать, массового производства. Тоннами выпускаемое и расфасованное

Я решил на основе производства в Сергиевом Посаде открыть настоящее итальянское кафе.





**Сейчас самое время инвестировать в Россию.
Пока есть хорошие возможности.**

на фабрике. Но по всему миру по-настоящему знаменито, без преувеличения, другое итальянское мороженое: сделанное в небольших, часто семейных, предприятиях. Его вам предложат в виде нескольких разноцветных шариков, обычно на вафельном рожке. И эти шарики делают прямо у вас на глазах, доставая мороженое особой ложкой из охлажденных емкостей. При этом у каждого производителя рецепты – свои, а рецептов таких – великое множество.

Короче говоря, мы с братом решили открыть в России несколько точек по продаже мороженого. На основе франшизы. А потом уже стали делать собственные сорта.

– То есть, вы сами придумывали рецепты?

– Конечно! Только рецепты, в основном, принадлежали семье моей жены. Мы ведь жили в зоне, откуда вышли едва ли не все ведущие европейские производители мороженого. Этим делом занимался и мой тестя, и зятья. Хотя сам я к мороженому отношения не имел: у меня в Тревизо были винный бар и ресторан.

– И как у вас пошло дело в России?

– Мы открыли под общим брендом «Джелатиссимо» (Gelatissimo) 14 кафе-мороженых. Три – в Москве, в торговых центрах «ИКЕА». А еще – в Екатеринбурге, Ростове-на-Дону, Петербурге, Челябинске, Уфе, Смоленске. Собственно производство мороженого – я его называю лабораторией – организовали под Москвой, в Сергиевом Посаде.

– Но ведь, насколько я знаю, вы стали жить в Москве только 5 лет назад? Как же до этого вы с таким огромным хозяйством справлялись?

**Вместо пресловутого фаст-фуда
мы теперь пропагандируем фаст-гуд!**



Мне брат сказал: «В России не хватает настоящего итальянского мороженого!»

– Это было время постоянных разъездов: десять дней в Италии, десять – в России... Потом понял: надо выбирать, где ввести бизнес. И я выбрал Россию.

Правда, в конце концов, и переезд не помог. Сеть наших торговых точек так широко разбросана, как говорят русские, «по городам и весям», что реально управлять ею и – главное – постоянно контролировать качество продаваемого продукта дистанционно, даже из Москвы, было невозможно. Поэтому два года назад мы с братом все эти точки продали.

А так как уезжать я не собирался, решил, на основе производства в Сер-

гиевом Посаде, открыть новое заведение в Москве, где я мог бы всегда присутствовать, все видеть, где была бы возможность создать настоящее итальянское кафе.

– Место у вашего кафе завидное: центр города, многолюдно, напротив – Третьяковская галерея... Специально подыскивали?

– Да. Я сразу хотел работать только в самом центре Москвы. Где сильнее спрос на продукт высокого качества, где живут и работают многие экспаты и москвичи, которые ездят по миру. Здесь очень красиво. Мне,

Мнение

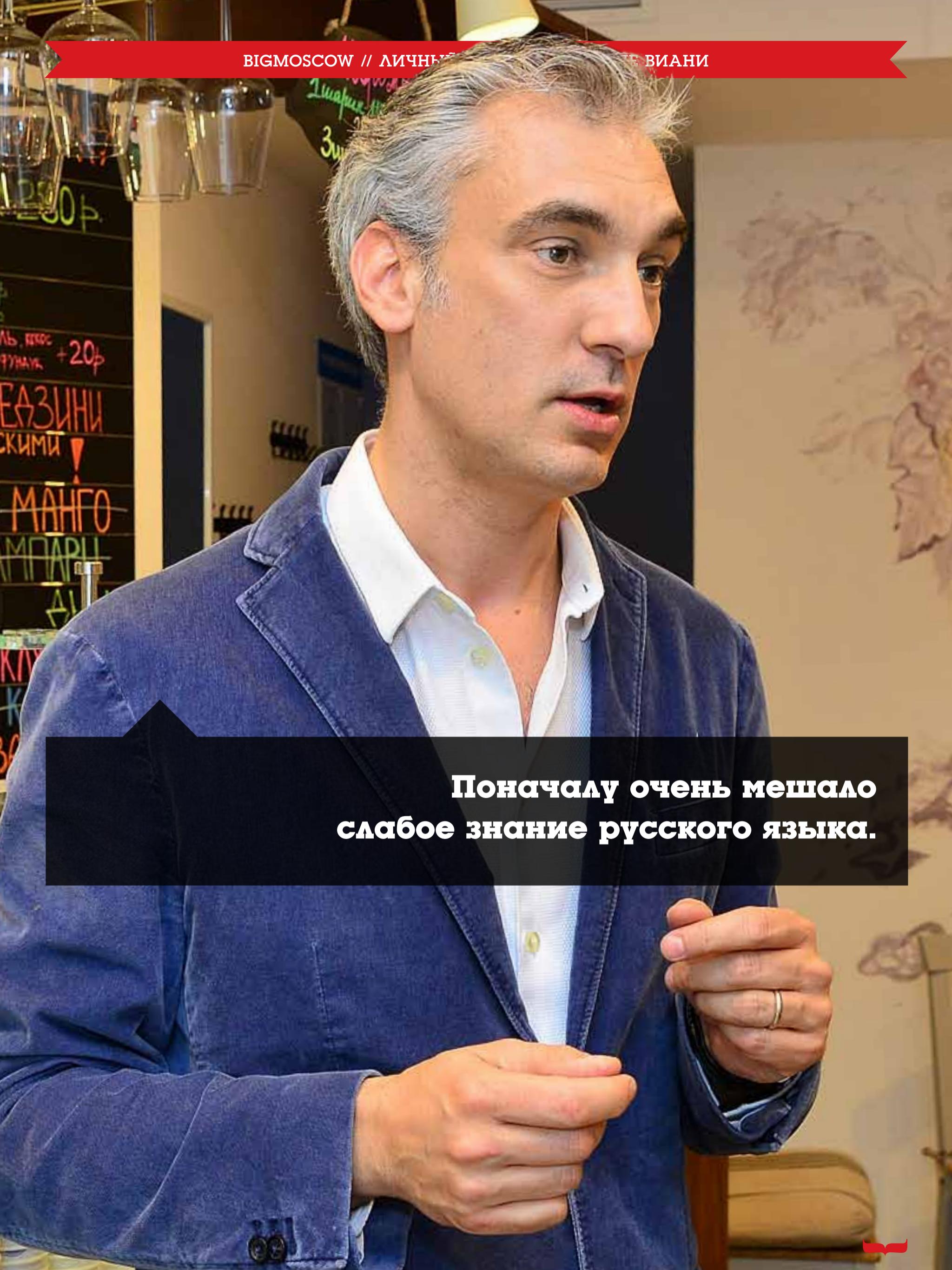


**Николай Синицын,
генеральный директор
сети итальянских
джелатерий «Пломбир»**



В Москве, как и в любом другом мегаполисе, рынок мороженого огромный. Фабричное мороженое тут делают десятки производителей. При этом мороженое выпускают самое разное, в разных ценовых категориях. Например, мы делаем итальянское мороженое именно так, как его делают в Италии: из свежих продуктов, вручную и по рецептам небезызвестного синьора Дондоли из Сан-Джиминьяно, чемпиона мира по изготовлению итальянского мороженого – джелато. Прежде чем открыть джелатерию, я пробо-





Поначалу очень мешало
слабое знание русского языка.

честно скажу, повезло: арендовал помещение «влет».

– Сколько денег надо, чтобы открыть такое кафе?

– Это зависит от арендной платы и от того какой ремонт и переоборудование потребуются. Мне, опять-таки, повезло: обошлось без серьезных работ. И потом, я знал владельцев помещения, мы прекрасно договорились.

– С какими-то трудностями столкнулись?

– Непросто было разобраться во всех требуемых документах, сертификатах и лицензиях. Но, как говорится, дорогу осилит идущий. Теперь все это позади.

Поначалу очень мешало слабое знание русского языка, который я стал осваивать уже после окончательного переезда в Москву. Мешало при управлении персоналом. Одно дело, когда можешь сам все объяснить, и другое, когда тебя кто-то переводит. Не всегда вложенный тобой смысл удается донести.

В этом кафе я, что называется, работаю «на передовой», общаюсь с клиентами. На некоей смеси русского и итальянского. Но люди понимают, и им это даже нравится.

– По-русски вы изъясняетесь очень даже неплохо...

– Но далеко не так легко, как моя шестилетняя дочь. Она ходит в мо-

Эксперт



Евгений Бойченко,
Московская
международная
высшая школа
бизнеса «МИРБИС»



Евгений Бойченко, руководитель программы «МВА – Маркетинг-Менеджмент» Московской международной высшей школы бизнеса «МИРБИС»

Если говорить о выходе на московский рынок мороженого, я бы рекомендовал учитывать некоторые обстоятельства. Во-первых, следует учитывать высокую степень «традиционности» в предпочтениях потребителей за 30, которая определяет стилистику и ассортимент в местах





сковский детсад, и как раз по-итальянски может пообщаться только дома.

А если говорить о трудностях, то их, пожалуй, стало больше сейчас, со всеми этими санкциями. Пришлось подбирать новые формулы для производства мороженого, искать российские заменители ингредиентам, попавшим под эмбарго...

– Удаётся?

– Раньше мы мороженое делали, в основном, из итальянского сырья. Конечно, свежее молоко покупали здесь, свежие фрукты. Но при этом

даже сахар импортировали. Сейчас молочные продукты ввозить не можем. Берем на месте. У итальянских коллег, наладивших производство в России. Скажем, моцареллу мне поставляет один неаполитанец, который делает прямо ее здесь, в Москве! Нашли и сливочный сыр «буррату».

– А знаменитую итальянскую ветчину – она же тоже под санкциями?

– Определенные сорта – под запретом. Но, к счастью, не все. Кое-что идет сюда не из Италии, а из Сан-Марино...

– У вас, как и положено у итальянцев, готовят отличный кофе. Его тоже ввозите?

– Кофе под санкции не попал. Наше испанского происхождения. Жена моего брата – родом из Барселоны. И как-то обратила мое внимание на одну местную марку. Оказался, действительно, очень хороший кофе. Причем, там делают и ароматизированные сорта: с привкусом виски, белого шоколада, даже апельсина.

Вообще-то мы начали предлагать кофе лишь как «комpliment» к мо-

коктейли. Но уже через несколько месяцев стало ясно: этого мало. Теперь делаем еще и итальянские бутерброды, выпечку. При этом следуем новому принципу, как это происходит сейчас в Италии: вместо пресловутого фаст-фуда там теперь пропагандируют «фаст-гуд», то есть возможность быстро поесть, но – качественно, по-итальянски. То же самое предлагаем и мы тут.

А вина вы не видите потому, что мы пока не получили лицензии на торговлю спиртными напитками. Причем, крепкий алкоголь мы предлагать

Считаю Москву одним из самых красивых городов мира. Она безопаснее многих итальянских городов.

роженому. Но быстро увидели: приготовленный «по-итальянски» напиток стал сам по себе очень популярен. Теперь поставили здесь большую кофемашину.

– У вас над входом – вывеска: «Вини э панини». То есть, «Вино и бутерброды». Но вина что-то не вижу...

– Первоначальная идея была – продавать только мороженое и винные

и не будем: мне не нужно, чтобы люди приходили сюда выпить. Только сухое вино и легкие коктейли. Что-то крепкое мы используем лишь как компонент мороженого. Скажем, шоколадное с ромом.

– Дорого обходится лицензия на спиртное в России?

– Где-то 150 тысяч рублей. Но, думаю, эту проблему мы решим.



– Налоги ваши бизнес не душат?

– О чём вы? Если бы в Италии были такие же налоги, как здесь!

– И даже такое небольшое кафе может быть рентабельным?

– Если все правильно организовано и продумано, даже маленькое заведение может давать прибыль. И даёт. Противный, свой первый год, мы закончили очень хорошо. Место тут у нас, конечно, удачное. Народ к нам пошёл сразу. А дальше – добрая молва, благожелательные посты, комментарии в соцсетях. Так что на рекламу мы совсем не тратились. А в кафе, вы видите, у нас всего шесть столиков, но многие наши постоянные клиенты регулярно берут мороженое с собой. Знаете, прошлым летом в жару мы продавали по 500 порций в день!

– Московский клиент отличается от итальянского?

– Москвичи, наверное, более любознательны, чем итальянцы. Итальянец уже заранее все знает и берет то, к чему привык. А россияне – может быть, потому, что раньше не имели возможности все попробовать – проявляют больше любопытства,

интереса, воспринимает новый продукт с энтузиазмом.

– Аренда помещения, как я понял, вас устраивает. А как насчет аренды жилья в Москве?

– Мы живем в районе станции метро «Бауманская». Хороший район.

А когда рубль упал, заметно снизилась и арендная плата. По московским стандартам мы платим умеренно. Хотя по итальянским – многовато.

– Придумка с «фаст-гуд» очень любопытна. И все же на одних бутербродах, пусть даже самых вкусных, итальянец вряд ли протянет. Жена вас потчует полноценной итальянской кухней?

– Скорее, итальянской с немецким акцентом (смеется). Она довольно долго жила в Германии, где ее отец владел кафе-морожеными. И, конечно, приходится учитывать запросы дочки: она совсем обруслена – ей подавай супы...

– А в целом как себя здесь чувствуете?

– Прекрасно! Считаю Москву одним из самых красивых городов мира.





**Мы предлагали кофе как «комплимент»
к мороженому. Но напиток стал
сам по себе очень популярен.**

**Прошлым летом в жару
мы продавали по 500 порций
мороженого в день.**

Она реально безопаснее многих итальянских городов. На мой взгляд, вообще единственный безопасный город в Италии – это Тревизо. Там мэр поставил на улицах видеокамер, все патрулирует полиция. А вот, скажем, в соседней Падуе есть кварталы, куда даже полиция носа не сует.

– Вы бы посоветовали сегодня иностранцу начинать бизнес в Москве?

– Если кто-то полагает, что кризис – надолго, ему, наверное, лучше сюда не торопиться. А если вы считаете, что все нормализуется через пару лет, тогда вам самое время инвестировать. Пока есть хорошие возможности. Когда кризис закончится, их уже не будет.

– А у вас самого какие планы?

– Конкретных пока нет. Хочу еще годик поработать со своим кафе, оценить его потенциал. Теперь я предпочитаю не открывать сразу несколько заведений, а потом добиваться там качества продукта и услуг. Лучше открыть одно, отработать все детали, а затем, может быть, еще пару таких же, перенеся туда наработанное. Или сделать франшизу. ■



Успех прямого отжима

Француз **Давид Вайнбаум**
стал в Москве фруктовым гуру
и наладил свое производство
вкуснейших смуси

ТЕКСТ: СВЕТЛАНА САМОДЕЛОВА | ФОТО: ФРАНЧЕСКО РОССИНИ

«Никаких сахара, воды, концентратов, химических добавок, стабилизаторов, усилителей вкуса или консервантов», — говорит **Давид Вайнбаум о своих смузи — ароматных и натуральных коктейлях из мякоти фруктов, ягод и натурального выжатого сока. Марку он назвал *Be True* («настоящий»). А корону на этикетках поясняет просто: «Знак качества». Сегодня Мистер Фрутти (так зовут его родные) рассказывает, как за 8 лет в Москве ему удалось завоевать своей продукцией симпатии россиян.**

— Я уже лет пять был занят в банковской сфере, когда на семейном совете решили, что мне стоит попробовать поработать в России, где у родственников отца был успешный бизнес, связанный с покупкой и продажей металлов. К тому времени помимо французского я владел английским и немецким. И подумал: «А не выучить ли еще один язык?» Нашелся и партнер — француз, с которым мы были знакомы с детства.

В 2005 году наш самолет приземлился в Москве. Мы занялись продажей одежды, которую привозили из Франции и Китая. В районе Ярославского, Ленинградского и Казанского вокзалов в Москве у нас было что-то вроде шоу-рума. Люди приезжали из регионов и скупали наш товар. Торговля шла бойко, но душа у меня к этому делу не лежала. Я продолжался два года. А в 2007-м вышел из проекта.

На семейном совете решили, что мне стоит попробовать поработать в России.





**Еда — не просто прием пищи,
а наслаждение, удовольствие, культ.**

– Как истинного француза вас интересовал бизнес, связанный с едой?

– Да. У нас, французов, особое отношение к еде, практически культ. Еда – это не просто прием пищи, а наслаждение, удовольствие. Приехав в Россию и отправляясь по утрам на занятия языком, я искал здоровую еду на завтрак по разумной цене. И вскоре понял, что занятому человеку купить здесь что-то полезное и быстро съесть, увы, невозможно. Можно, конечно, приобрести салатик, но в него почему-то неизменно кладут большое количество майонеза. Что же касается фруктов, то они были жутко дорогими и при этом не очень свежими. Фруктовые соки – в основном из концентратов, с вредными добавками. Прямого отжима не было. Мне ничего не оставалось, как вооружиться соковыжималкой, блендером и самому готовить из фруктов сок и пюре.



www.be-true.ru

Друзья, попробовав мои смеси, сказали, что было бы здорово, если бы нечто подобное можно было купить в магазинах. Так и родилась идея моего бизнеса.

Сначала я хотел открыть несколько небольших точек или

кафе, где продавали бы смуси. Составил бизнес-план и... понял, что это невыгодно. Из-за высокой стоимости аренды в Москве. Плюс – фрукты быстро портятся, их доставка занимает значительное время. Сложности заключались и в том, что мне требовался небольшой объем сырья, что осложняло поставки. Я стал рассматривать вариант заказа смуси у производителя. Но заводы предлагали мне возможность заказа только больших партий в миллионы бутылок. Пришлось увеличить бюджет проекта, и в итоге я решил организовать свое производство смуси.

Друзья, попробовав мои смуси, сказали, что было бы здорово покупать их в магазинах.



– Сложно было найти производственную площадку?

– Очень. Поиски заняли полгода. Складов-то вокруг много, а вот площадки, где можно организовать пищевое производство, не находилось. Тут же особые требования. Нужно, чтобы рядом не хранили никакие вредные вещества... Выбор я остановил на здании в Подольском районе, где раньше располагался молочный комбинат. Корпус помещения, которое мы и сейчас арендует, был как после бомбейки... Пришлось сделать

оплату коммуналки, выходит около 400 тысяч рублей в месяц.

– А где закупали оборудование?

– Технически сложное привезли из Италии, а необходимые емкости купили прямо тут. Пока шла стройка, курс доллара был 23 рубля, потом повысился до 35 рублей. Кредит мы брали в валюте; курс изменился – и оказалось, что мы должны отдать денег в два раза больше, чем планировали. Так что все было очень непросто...

Некоторые фрукты и овощи мы закупаем в России, в основном в Краснодарском крае.

капитальный ремонт. Чтобы надстроить второй этаж, долго согласовывали проект, брали пробы грунта, делали оценку фундамента. Стройка длилась пять месяцев.

В итоге в проект я вложил все, что заработал в банке. Плюс пришлось брать кредит. В результате бюджет вырос в 1,5 раза.

– Много платите за аренду?

– Площадь у нас чуть больше 900 кв. метров. Если не учитывать

Что же касается регистрации бизнеса, санэпидемнадзора и пожарной инспекции, каких-либо сложностей у нас не возникло. Более того, мы и сейчас сами возим свою продукцию на санэпидстанцию, чтобы быть уверенными в ее качестве. Берем пробы с оборудования, с рук сотрудников. В общем, у нас полный санитарный контроль.

– Сколько человек у вас работает? Специалисты нашлись сразу?





**В маленькой компании все должны
при необходимости заменять друг друга.**

– В штате 26 человек вместе с бухгалтерией. Непосредственно на производстве занято 20 специалистов.

Нужный персонал найти было, конечно, непросто. Специалисты с опытом работы на пищевом производстве имели дело с мясом и молоком. Тех, кто раньше выпускал соки, вообще не оказалось. Пришлось обучать людей «с нуля». Учитывая, что у нас маленькая компания, все должны при необходимости заменять друг друга. Если человек работает на пастеризации, он также должен знать и линию розлива и разгрузки.

– А сколько получают ваши работники?

– От 30 тысяч рублей в месяц. Инженеры и начальник производства получают больше.

– Когда вы выпустили первую партию смузи? И где продаете продукцию?

– В октябре 2009 года. Ту партию доставили в магазин «Глобус Гурмэ» на Якиманке, а потом пошли поставки и в «Азбуку вкуса». Первые четыре года мы постоянно устраивали дегустации. Зато теперь наши смузи можно купить почти в любой сети супермаркетов в Москве – таких, как «Старбакс», «Алые Паруса», «Карусель», X5 Retail Group, «Магнolia», «Билла», Spar...

Эксперт



Алексей Васильев,
консалтинговая
компания
Smart Success Group



Производство соков и смузи очень интересный, но и достаточно сложный бизнес. С хорошим продуктом вам обеспечен успешный старт. Но, достигнув первоначального потолка, компании придется масштабироваться, расти.

А это непросто: рынок соков и питьевых вод в России уже очень плотно занят транснациональными игроками.

Специфична и товарная ниша. Экологические натуральные продукты – сегодня тренд. Но в России он пока чисто московский. И региональная экспансия продукции едва ли возмож-



для

сливания

BIGMOSCOW // ЛИЧНЫЙ ОПЫТ АЛЕКСЕЯ ВАЙНБАУМ

Лабораторная посуда

Я верю в Россию. Есть определенные риски. Но где больше возможностей, там и рисков больше.

– Откуда берете фрукты и ягоды?

– Когда мы начинали, все сырье импортировали. Я ездил по миру, посещал плантации. Был в Индии, чтобы найти лучшие манго, на Сицилии, чтобы договориться о поставках самых вкусных апельсинов, в Польше, где растет наиболее ароматная клубника. Сейчас поставки в основном идут через дистрибутеров. Растаможка – дело хлопотное, требует особых навыков. Мы доверили ее профессионалам.

Поставки зависят от сезона. Например, апельсины мы сейчас привозим из Коста-Рики, а через пару месяцев можем уже получать их из

Бразилии или Греции. Разные сорта манго мы привозим из разных регионов Индии, а также из Эквадора. Яблоки уже закупаем в России, в Краснодарском крае. Чтобы получить нужное замороженное пюре, пришлось плотно работать с производителями. Для овощных смузи мы используем российские тыкву и морковь.

– Со сбытом сложностей не возникало?

– Все оказалось не так тяжело, как ожидалось. Сначала многие закупщики думали, что смузи – это нечто вроде крема для рук. Но мы рассказывали о продукте, о его полезности.

Мнение



**Наталья Иванова,
президент Российского
союза производителей
СОКОВ**



Соковая продукция в России производится в соответствии с техническим регламентом Таможенного союза на соковую продукцию из фруктов и овощей (ТР ТС 023/2011). К соковой продукции относятся соки,nectары, сокосодержащие напитки и морсы.

В 2015 году объемы российского рынка соковой продукции снизились на 12% относительно предыдущего года. Основными игроками сокового рынка в 2015 году стали ООО «Лебедянский» и ОАО «ВБД Напитки» (оба входят в группу компаний PepsiCo в России), АО «Мултон», ОАО





Как Давид Вайнбаум обеспечивает полезность и качество своей продукции?

Самым большим аргументом оказалось то, что в Европе есть аналог, и он пользуется большим спросом. Многие супермаркеты захотели следовать европейским трендам.

Сложно было не столько найти закупщиков, сколько с ними работать на начальном этапе. Наш продукт должен храниться при температуре от 2 до 6 градусов, на «холодной» полке. Срок годности у смузи три



недели, у сока – месяц. Бывало, что в магазинах их ставили в холодильники, которые недостаточно хорошо работали, где температура 12 градусов...

Сейчас мы выпускаем шесть видов смузи, три вида сока. Хит продаж – смузи манго–маракуя, малина–ежевика. 250-граммовая бутылочка на полках магазинов стоит от 119 до 170 рублей, в аэропортах цена до-



ходит до 250 рублей. Всего у нас порядка 800 точек продаж. 95% продукции поступает в Москву. Часть уходит в премиальные супермаркеты в Мурманске, Санкт-Петербурге.

– Конкурентов немного?

– В ресторанах или в торговых центрах вам могут предложить смузи. Но на полках магазинов пока можно встретить только наш продукт.

– А что скажете о российских потребителях?

– В России многие знают о правильном питании. Но это не значит, что люди неукоснительно следуют своим знаниям. На дегустациях нам нередко задают умные вопросы о пастеризации, о консервантах, о сроках хранения. В Европе, например, на слово «консерванты» так остро, как в России, не реагируют. А в Америке вообще почти все продукты с консервантами – и никто не обращает на это внимания. В России в этом плане потребители более продвинутые. И здесь очень непросто завоевать доверие людей.

– Насколько сложно, по вашему, выучить русский язык?

– Я видел немало примеров, когда иностранцы жили по 5–7 лет в Москве и совсем не знали русского язы-

ка. Но я считаю, что если у вас в России бизнес, то очень важно знать русский язык, чтобы лучше понимать все, что происходит вокруг.

– Арендуете жилье в Москве или у вас квартира в собственности?

– Снимаем с семьей квартиру на Тверской улице. В центре проще жить и добираться до нужного места. Аренда квартир здесь не больше, чем в том же Париже, Лондоне или Нью-Йорке. Например, в самом центре «трешку» 60–80 квадратных метров можно снять за 100 тысяч рублей в месяц.

– Не поделитесь планами на будущее?

– На нас сильно влияют кризис, санкции. Ведь 90% фруктов у нас импортные. Сейчас, когда цены повышаются в два-три раза, мы подняли стоимость своей продукции всего на 10–12%. Не хотим, чтобы у нас был премиальный товар. Наоборот, стремимся, чтобы он был общедоступным.

С другой стороны, теперь на полках магазинов меньше иностранных продуктов. Есть уникальная возможность занять свою нишу.

А в планах расширение линейки продукции. У нас появляются овощные смузи, холодные супы, десерты из молочных продуктов, типа



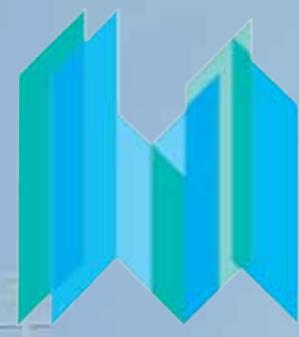
панакоты. Также будем выпускать завтраки на основе овсянки, риса и гречки, а еще свежие лимонады и холодный чай. Вся технология разработана в нашей специальной лаборатории.

– Стоит иностранцам рисковать, открывая в России бизнес?

– Я верю в Россию. Сейчас, конечно, есть определенные риски. Но где больше возможностей, там и рисков больше. Важна стабильность.

Я бы не советовал открывать здесь дело, связанное с импортом. А вот бизнес, связанный с экспортом, может быть очень интересным. Мой знакомый успешно экспортирует авторские декорации, различные поделки из дерева. Это оказалось очень выгодным делом. ■





investmoscow.ru



Единый инвестиционный портал Москвы



НА РАБОТУ В МОСКВУ



Здравствуй, Мэри Поппинс!

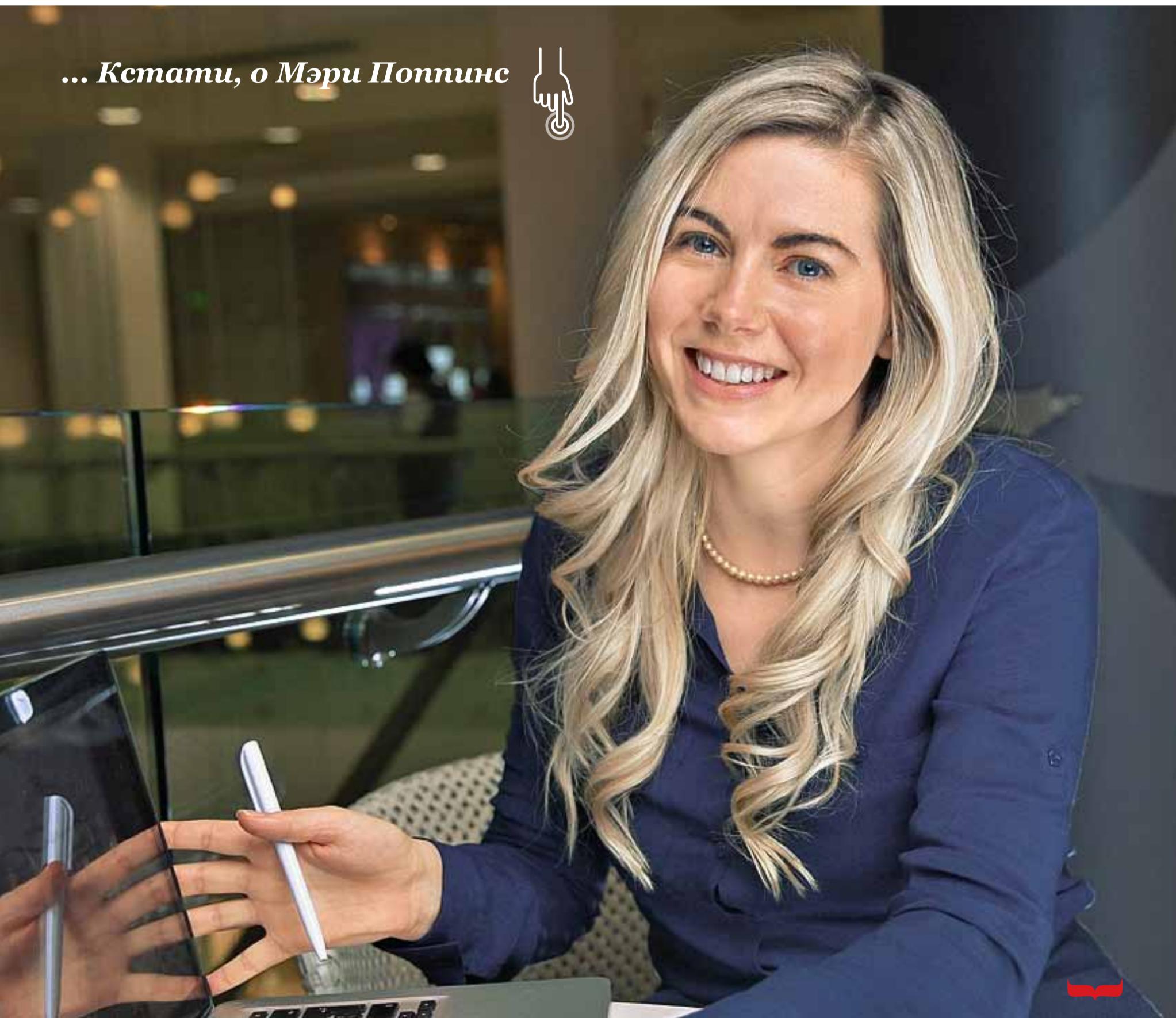
Англичанка **Кэрри-Энн Прайк**
помогает москвичам подобрать
высококвалифицированных нянь,
гувернанток и преподавателей

ТЕКСТ: НИКОЛАЙ МИРОШНИК | ФОТО: ЕВГЕНИЙ ДУДИН



Начало ее жизни обычно: средняя школа, университет, диплом специалиста по обучению и развитию детей. Работа с неблагополучными подростками и в школе. А потом... «следуя мечте о путешествиях», она вдруг покинула Англию. Глядя на эту сдержанную молодую англичанку, с трудом представляешь, что она объехала полмира! Зарабатывая педагогом. В Эквадоре организовала в школе английское отделение. Учила английскому в Южной Америке, Таиланде, Лондоне, Мадриде, Франции и Испанских Пиренеях. Работала в нескольких европейских странах. Москва уже 5 лет является очередным этапом ее «кругосветки».

... Кстати, о Мэри Поппинс



– Кэрри-Энн, когда у вас появилась страсть к путешествиям?

– Где-то в двадцать с небольшим. Я тогда предприняла свой первый вояж – восемь месяцев провела обычной туристкой, что называется, с рюкзаком за плечами. Но насовсем уехала из Великобритании позже, уже поработав в школе. И мне по-прежнему хочется исследовать другие страны. Думаю, страсть к путешествиям никогда не угаснет.

– Вы путешествовали в одиночку?

– Нет, что вы. Вместе с другом, который потом стал моим мужем.

– А родители и друзья не уговаривали оставаться дома?

– Они всегда поддерживали мое стремление посмотреть мир. Конечно, они бы хотели, чтоб я жила поближе. Но я никогда не ощущала давления с целью вернуть меня.

– И как вы оказались в Москве?

– Приехала с мужем – он тоже преподаватель английского языка – и два года работала гувернанткой в прекрасной русской семье, воспитывая и обучая детей.

А теперь я занимаюсь здесь делами международного агентства



Duke & Duchess International, которое сама основала в Лондоне в 2011 году и которым руковожу. Наше агентство специализируется на подборе высококвалифицированных профессиональных нянь, гувернанток, гувернеров, частных преподавателей, репетиторов и наставников для работы в семьях по всему миру.

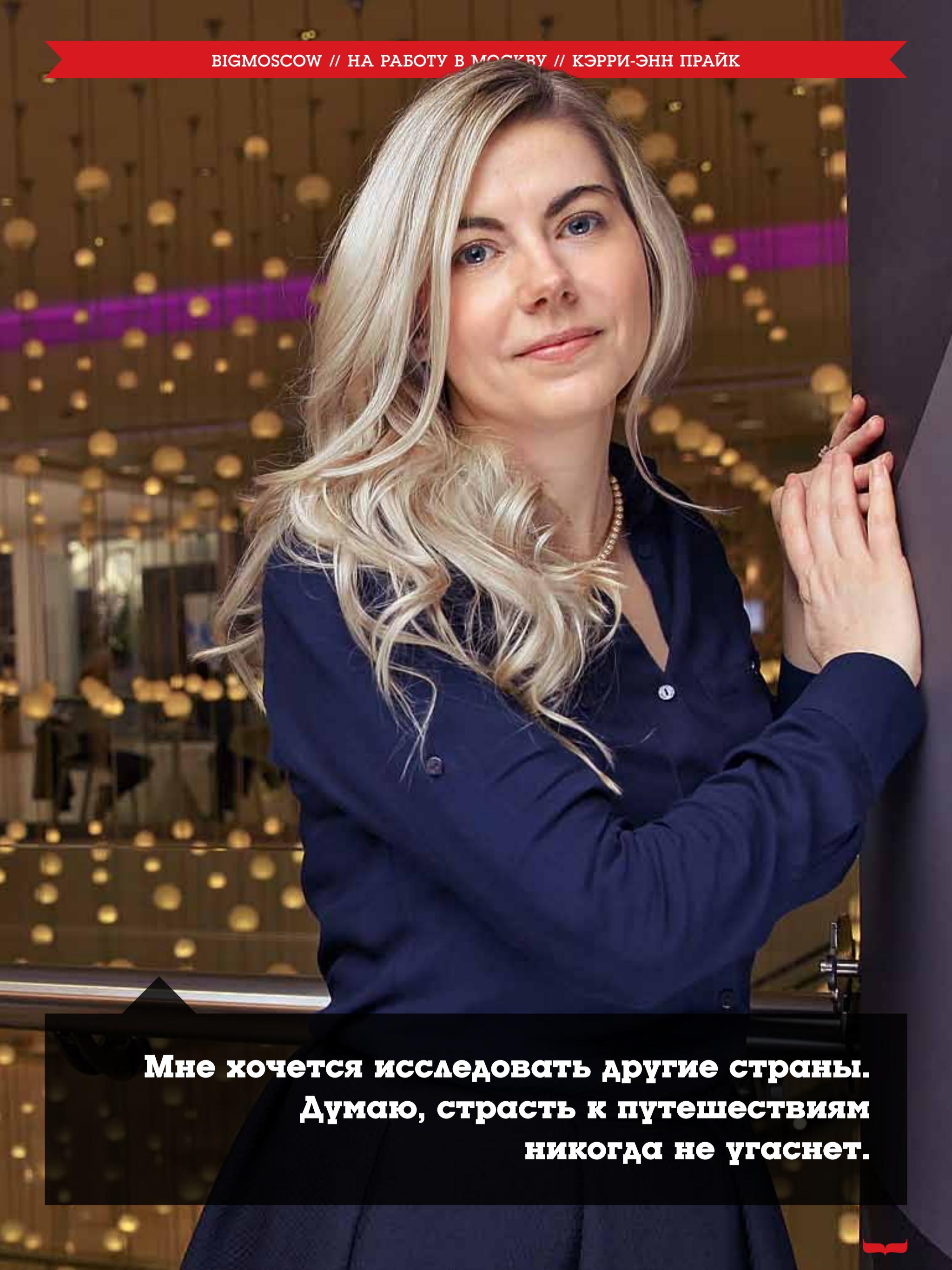
– Что означает Duke & Duchess?

– Название отражает и символизирует собой стандарт услуг, которые мы предоставляем. Быть членом королевской семьи в Британии очень престижно, в ней уделяют большое внимание высокому уровню образования и этикету. Этому стандарту мы и стремимся соответствовать.

– И с какими странами вы работаете?

– О! Клиенты у нас по всему миру. Если говорить о России, то есть клиенты в Москве, в Санкт-Петербурге, в Казани и некоторых других городах. С начала работы агентства мы устраивали своих кандидатов в семьи Великобритании, Испании, Франции, Италии, ОАЭ, Саудовской Аравии, Шри-Ланки, Монако, США,





**Мне хочется исследовать другие страны.
Думаю, страсть к путешествиям
никогда не угаснет.**

Китая, Африки, России и многих других стран...

– Кандидаты на должности у вас тоже со всего мира?

– Большинство – выходцы из Великобритании, но есть и из США и других англоязычных стран. Ведь главная задача нашего агентства – устроить на работу носителей английского языка.

– То есть отличное знание английского – обязательное требование к кандидату?

– Обязательное. При этом есть клиенты, которые ищут и двуязычных специалистов, носителей или свободно владеющих также французским, испанским, китайским, русским...

– Россиян в качестве своих кандидатов вы не рассматриваете?

– У нас есть небольшая база русскоязычных кандидатов, но приори-



тетом, как для нас, так и для наших клиентов, являются специалисты из Великобритании и стран Европы. Хотя некоторые наши давние клиенты в России время от времени просят нас подобрать и российский персонал для помощи по дому или работы с детьми.

– А русский язык знать кандидату, приезжающему работать в Москву, обязательно?

– Когда как. Некоторые наши клиенты как раз предпочитают, чтобы кандидат не говорил на родном языке их детей. Тогда результаты обучения английскому гораздо выше. Ведь детям приходится общаться с наставником на иностранном.

Но при этом мы, конечно же, призываем всех кандидатов получить базовые знания местного языка. Это поможет им жить в новой стране.

Я занимаюсь делами международного агентства Duke & Duchess International, которое сама основала в Лондоне в 2011 году.



**Главная задача нашего агентства —
устроить на работу носителей
английского языка.**



– А вы сами владеете русским?

– До приезда сюда, я не знала русского языка, но потом начала изучать. Мой русский по-прежнему ужасен, но базовый уровень – это как минимум проявление вежливости и хороших манер. Хотя иностранцы, приезжающие сегодня в Москву, могут обходиться здесь без хорошего русского языка: город становится все более европеизированным. Я имею в виду и ресторанные меню на англий-

ском, и уличные указатели, и больше английского в школах.

– Кто и как отбирает подходящих кандидатов?

– У нас очень жесткие требования. Мы рассматриваем только кандидатов, у которых великолепное резюме, сопровожданное минимум двумя рекомендациями с предыдущих мест работы. Они проходят серьезное собеседование с нашими консультан-



тами; группы консультантов есть в Лондоне, в Москве и в Дубае.

Мы обязательно проверяем персональные данные каждого кандидата, списываемся с их предыдущими работодателями, просим предоставить копии соответствующих сертификатов, подтверждение из правоохранительных органов о том, что у человека не было проблем с законом, и, если необходимо, просим кандидата пройти медицинское обследование.

– А кто ваши консультанты?

– Все консультанты имеют педагогическое и/или психологическое образование, а также опыт работы в семьях и учебных заведениях. Понимание ситуации изнутри позволяет нашей команде оказывать квалифицированную помощь и консультировать, как клиентов, так и кандидатов, на протяжении всего процесса сотрудничества.

– Из профессий, которые ваше агентство предлагает, какие пользуются наибольшим спросом в России?

– Среди российских клиентов наиболее популярны гувернантки. Эта профессия непростая, она включает в себя некоторые обязанности по уходу за детьми, их воспитанию, но главная задача – погрузить детей в английский язык, помочь им преодолеть языковой барьер и дать возможность научиться говорить по-английски свободно и без акцента. При этом гувернантка также ведет детей по всем школьным предметам, контролирует выполнение домашних заданий, может обучать музыке, дополнительному иностранному языку или этикету. В обязанности гувернантки входит интеллектуальное, физическое и эмоциональное развитие детей. Она помогает организовать распорядок дня и контролирует соблюдение расписания, включая посещение дополнительных занятий, а также посещение дополнительных культурных и развлекательных мероприятий. Нашим клиентам нравится, когда их дети воспринимают британский стиль: этикет, манеры поведения, навыки общения.

Многие клиенты осознают важность обучения детей иностранному языку с раннего возраста, поэтому сегодня мы в России устраиваем на работу все больше англоязычных нянь, которые начинают заниматься ребенком с пеленок.

– А как вы находитте клиентов?

– Они сами нас находят. Мы очень много работаем на основе рекомендаций.

– Российские клиенты чем-то отличаются от клиентов из других стран?

– У каждого клиента свои запросы, своя организация жизни в семье. Все родители хотят для ребенка лучшего, и русские клиенты в этом ничем не отличаются от других.

– Если не секрет: много ли у вас клиентов в России? Приглашать иностранного гувернера или репетитора – дело по нынешним временам дорогое...

Иностранцы, приезжающие в Москву, могут обходиться здесь без знания русского: город становится все более европеизированным.



*... Об агентстве
Duke & Duchess
International*



– Новые российские клиенты у нас по-прежнему появляются. Они ведь рассматривают приглашение на работу носителя языка как инвестиции в будущее детей, в их образование и карьеру. На данный момент в России у нас большое количество клиентов.

– А где готовят профессиональных гувернеров и нянь?

– Наши кандидаты обычно имеют образование в области педагогики, воспитания, ухода за детьми. Большинство колледжей и университетов Великобритании предлагают подобные курсы. Есть и колледжи, специализирующиеся на подготовке гувернанток и нянь.

– Какое впечатление произвела на вас Москва в первый приезд?

– Мне очень нравится исследовать новые места, изучать культурные различия. Это то, что превращает путешествие в истинное удовольствие. Москва очень отличается от того, что я ожидала увидеть. Мне потребовалось время, чтобы привыкнуть к этому городу. Но сейчас мне нравится жить здесь.

– Возникали какие-то проблемы?

– Да обычные: не потеряться, найти дорогу, не купить по ошибке

кефир вместо молока... Но когда я выучила русский алфавит и смогла читать указатели в метро, этикетки на продуктах, жизнь стала намного проще.

– Как относятся к вашим соотечественникам и вообще к иностранцам москвичи? Скажем, ваши соседи по дому...

– Соседи – очень славные люди. Они любят моего сына, всегда готовы с ним поиграть.

– Вы с мужем заядлыепутешественники. В России где-то кроме Москвы успели побывать?

– Обязательно! Мы были в Санкт-Петербурге, Сочи и различных небольших городах и поселках Подмосковья. Очень хотим съездить на озеро Байкал.

– Как вы проводите свободное время в Москве? У вас уже есть какие-то любимые уголки?

– Когда занимаешься бизнесом и еще есть родительские обязанности, свободное время ограничено. Но я люблю посидеть в московских ресторанах, летом – погулять в парках, особенно в парке Горького. Здорово наблюдать, как люди просто наслаждаются солнцем.



– В ресторанах что предпочитаете заказывать?

– Я люблю японскую и грузинскую кухни.

– Британцы – люди спортивные. А вы?

– Я хожу в тренажерный зал, зимой люблю кататься на коньках и сноуборде.

– К московским зимам уже привыкли?

– Я полностью экипирована теплой одеждой, так что могу наслаждаться зимой. Город очень красиво выглядит, когда покрыт снегом.

– Жилье снимаете?

– Жилье я подыскивала с помощью агента, которому доверяю и который говорит по-английски. Все хозяева квартир, с которыми имела дело, были очень приятными людьми.

– Жить в столице России дорого?

– До финансового кризиса Москва была очень дорогим городом, хотя не намного дороже Лондона. А сейчас, когда курс рубля упал, Москва и в этом отношении стала очень доступна.

– Вы объехали полмира, есть что и с чем сравнивать. Как считаете: в Москве безопасно?

– Да, в Москве вполне безопасно. Здесь, к счастью, со мной не происходило никаких происшествий.

– Вы бы рекомендовали вашим коллегам и друзьям ехать сюда на работу, заниматься бизнесом?

– Конечно. Это великий город, который может много чего предложить. Можно только удивляться, сколько в Москве иностранцев, называющих ее своим домом. Что касается ведения здесь бизнеса, то это не просто, но вполне возможно.

– А каковы, на ваш взгляд, риски, поджидающие иностранного предпринимателя в России?

– Риски для бизнеса в Москве совершенно те же, что и в других странах. И здесь потребуются время, усилия и упорство для того, чтобы ваш бизнес заработал, притом что, как и везде, есть риск потерпеть неудачу.

– В ваших планах на будущее Москва присутствует?

– Я не планирую свою жизнь далеко вперед. Это делает ее более захватывающей. В конце каждой долгой русской зимы я спрашиваю себя, смогу ли пережить еще одну. Так что давайте посмотрим, что принесет нам следующая зима! ■



ТОРГОВАТЬ С МОСКОВОЙ



[Red redacted text block]

[Red redacted text block]

РЫНОК ВОЗРОЖДАЕТСЯ

Австриец Аксель Диттер

*Хартенштайн продает швейцарские
кофемашины и убежден
в перспективах бизнеса в России*

ТЕКСТ: ВЛАДИМИР СМЕЛОВ | ФОТО: ЕВГЕНИЙ ДУДИН



Аксель Дитер работает генеральным директором российского представительства швейцарской компании *Jura Elektroapparate AG*. Представительство разместилось в самом центре Москвы, на Большой Садовой улице. В «Доме Булгакова», где жил известный писатель, режиссер и драматург (1891–1940), чьи произведения («Мастер и Маргарита») повсеместно любимы в России и почитаемы за ее пределами. Сегодня г-н **Хартенштайн** рассказывает корреспонденту *BIGMOSCOW* о том, как ему живется и работается в России.



Русские ценят хороший напиток и готовы тратить деньги и время на его приготовление.

— Г-н Хартенштайн, вы не новичок в России, работаете здесь почти 10 лет, причем трудились в ряде компаний, одна из которых была российской (АФК «Система»). Что привело вас в эту страну?

— Как часто бывает в жизни, все произошло по воле случая. Я вел переговоры с компанией ОБИ Baumarkt группы «Тенгельманн» по поводу работы вообще-то в Германии. Но так случилось, что в это время стала вакантной должность коммерческого директора фирмы «ОБИ Руссланд», которую мне и предложили. Предложение поработать в России показалось мне интересным. Я согласился и поехал, несмотря на то, что до этого никакого опыта работы в РФ не имел. Теперь вот представляю в России Jura Elektroapparate AG.

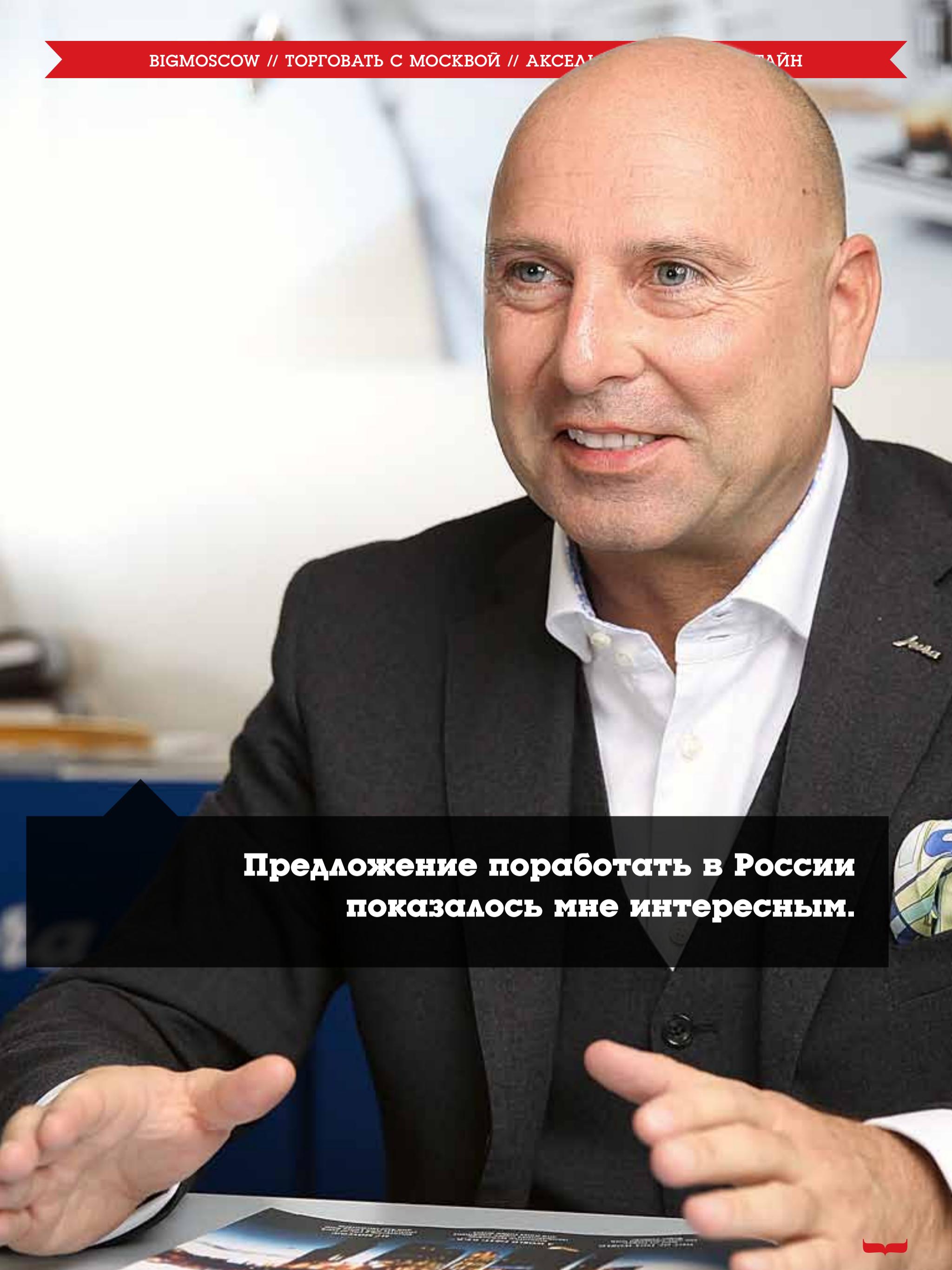
— Традиционно считается, что главные нацио-

нальные напитки россиян чай, квас и даже водка. Как и почему возникла идея продавать здесь кофемашины? Были проведены специальные исследования рынка?

— Дело в том, что Jura уже долгое время находится на этом рынке. И следует учитывать, что основной тренд (mega-trend) распространения кофе охватывает также и Россию. Разумеется, это «чайная страна» с соответствующей культурой его потребления. Однако именно в этом наша компания, являясь производителем полностью автоматизированных кофемашин, когда во главу угла ставится приготовление настоящего кофе (то есть из зерен), усматрива-

ет как раз существенное преимущество. Ведь наш девиз — «Швейцарский культ кофе — из свежемолотых зерен, а не из капсул» (nicht gekapselt, frisch gemahlt). Культура чая в России предполагает, что его по-настоящему свежезаваривают, а не





**Предложение поработать в России
показалось мне интересным.**

довольствуются напитком из пакетиков. Русские ценят хороший напиток и готовы тратить деньги и время на его приготовление, что имеет решающее значение. Так же в России относятся и к кофе, который, в соответствии с местной культурой потребления, тоже должен быть свежесваренным. Поэтому полагаем, что здесь мы находимся на верном пути.

Есть первопроходцы в этой отрасли, такие как «Старбакс», сети кафе «Кофемания», «Кофе Хаус» и другие. Они предлагают россия-

сильно распространен чай. А например, в Санкт-Петербурге и в Москве наблюдается тенденция к значительному росту потребления кофе или кофемолочных продуктов.

– Хорошие кофемашины – недорогое удовольствие. Кто ваши клиенты?

– Наши клиенты – это те, кто питает пристрастие к кофе, увлечен им. Вы правильно заметили: говоря о кофемашинах, мы имеем в виду

Кофемашина – агрегат для кухни. А кухня для русских имеет особую ценность, играет особую роль.

нам кофе как продукт стиля жизни. И речь идет о том, чтобы дать людям возможность приготовить напиток с идеальным вкусом всегда свежемолотого и свежезаваренного кофе одним нажатием кнопки. Что и делают наши кофемашины – идет ли речь об эспрессо, латте или макиато. В этом отношении наша продукция востребована. Географически поставки охватывают уже все регионы России, от ее западных границ до Урала. За Уралом, конечно, еще

аппараты стоимостью 150 тысяч, 200 тысяч, 250 тысяч рублей, то есть порядка 2 тысяч евро. Иначе говоря, речь идет о существенных затратах, по сути, об инвестиции. Однако кофемашина – это агрегат для кухни, а кухня для русских имеет особую ценность, играет особую роль, в том числе как место встреч. Помимо всего прочего и потому, что в нынешние сложные времена поход в ресторан становится дорогим удовольствием и многие встречи проходят в домаш-





**Как рынок сбыта нашей продукции Россия
является в стратегическом отношении
весьма и весьма важной страной.**

них условиях. Поэтому наш сегмент клиентов инвестирует средства в собственные дома, стремясь обеспечить таким образом свое собственное решение проблемы. Кроме того, владельцы квартир, являющиеся нашими клиентами, гордятся тем, что имеют возможность продемонстрировать наши кофемашины семье, друзьям. Таким образом, наши клиенты – это те, кто любит настоящий кофе свежего помола, ценит высокое качество напитка, возможно, уже побывал за границей и хочет наслаждаться вкусом такого кофе в том числе и у себя дома.

– Но вы, вероятно, продаете кофемашины и ресторарам?

– Да, конечно. В числе наших покупателей, например, кафе в московской гостинице «Балчуг-Кемпински». Но в большей степени мы ориентируемся все же не на пред-

приятия большой гастрономии, а на более мелких клиентов. Мы, например, не в состоянии обеспечить единовременное обслуживание гостей отеля, где проживает, скажем, человек 300. Наши партнеры – это, в частности, участники конференций или других форумов, сотрудники офисов. Но все-таки главное направление – это сфера домашнего хозяйства. Именно для домашних нужд мы продаем примерно 80 процентов кофемашин.

– Как вы реализуете вашу продукцию? Через какие-то определенные магазины, через интернет?

– В основном, через дистрибуторов. Например, через сети магазинов бытовой техники «Медиа Маркт», «М-Видео». Нашим эксклюзивным

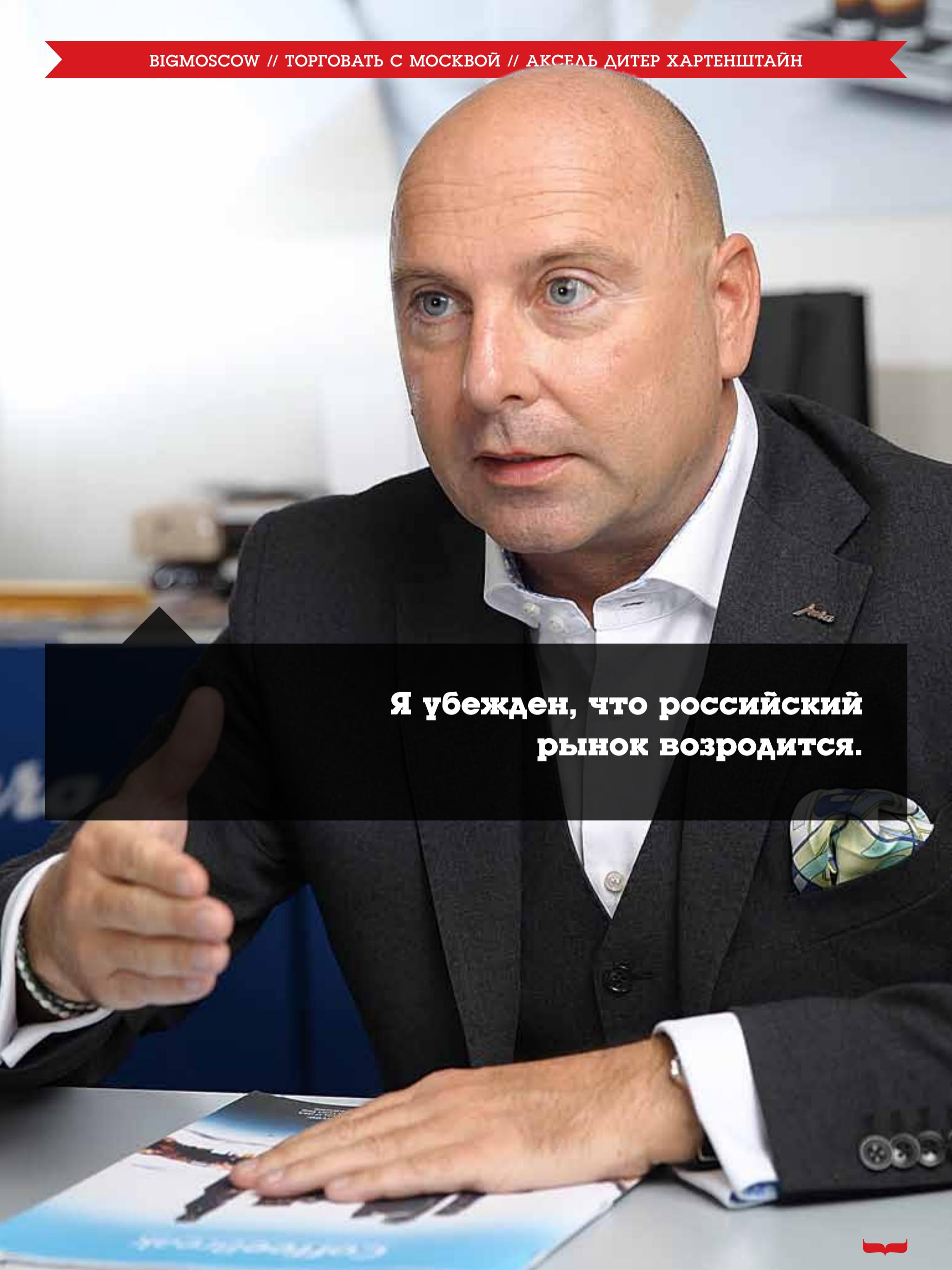
Люди всегда хотят получать удовольствие – как в хорошие, так и в трудные времена.



дистрибутором является и российская компания «Технопарк». Всего же у нас в России 40 крупных партнеров, а также дистрибуторы, работающие онлайн.

— Каков сейчас ваш оборот в России? Можно сравнить эту цифру с показателями в других странах, где работает Jura?

— Обороты мы неохотно предаем гласности. Скажем так, наша доля участия в рынке кофемашин составляет примерно восемь процентов. Наша цель — в любом случае достичь показателя в 12 процентов. По продажам полностью автоматических кофемашин на таких рынках, как Германия, Швейцария, Австрия, США или Россия, наша цель — достичь уровня в 20 процентов. Это



**Я убежден, что российский
рынок возродится.**

приблизительно 10 тысяч кофемашин в год.

Следует сказать, что российский рынок по масштабам является четвертым или пятым рынком по продаже полностью автоматических кофемашин в мире. Абсолютное первенство в этом сегменте удерживает Германия, за ней следуют Америка, Швейцария. Однако как рынок сбыта нашей продукции Россия является в стратегическом отношении весьма и весьма важной страной. Как говорится, с прицелом на будущее. Поэтому мы намерены и впредь инвестировать в Россию.

— Сейчас повсеместно звучат жалобы на экономический кризис, ослабление рубля, экономические санкции. Сказыва-

ются ли эти явления на вашей работе?

— Да, все это оказывает влияние на наш бизнес. Однако мы рассматриваем кризис как предоставляемый нам шанс. И мы полагаем, что именно сейчас можем увеличить свою долю на российском рынке. Поскольку, когда все идет хорошо, у всех наблюдается одновременный рост и у всех имеются средства, которые можно инвестировать. Мы же инвестируем деньги в российский рынок, в дистрибуцию нашей продукции в России, в том числе и в нынешние трудные времена. Тем самым мы завоевываем значительные сегменты рынка.

При этом нужно учитывать, что рынок автоматических кофемашин в России расширяется. Негативные явления в экономике не в столь значительной степени затрагивают так называемую «сферу завтрака» (frühstücksbereich), как другие обла-



Всего у нас в России около 40 крупных партнеров, а также дистрибуторы, работающие онлайн.

сти. Имеется в виду заваривание чая, приготовление кофе, тостов. Мы заполняем эту нишу, и наше направление продолжает развиваться. Кофе – это мировой тренд, это напиток, которым наслаждаются, а люди всегда хотят получать удовольствие – как в хорошие, так и в трудные времена.

– Г-н Хартенштайн, вы опытный бизнесмен, можно сказать, эксперт по России. Ка-

Петербурге и на южном направлении – в сторону Сочи, а потом будем расширяться в направлении Урала. Затем, в качестве следующего шага, направимся в другие регионы. Мы полагаем, что это верный сценарий. Только при этом нужно действовать и на местах, поскольку Россия – слишком большая страна, чтобы иметь возможность управлять всеми делами из Москвы.

Мы достаточно оптимистичны, мы верим в российский рынок и инвестируем в него.

кие советы вы могли бы дать людям, которые намерены начать свой бизнес в России? Стоит ли им вообще это пробовать?

– Я абсолютно убежден, что стоит. Россия – это огромный рынок. Это сложный рынок. Не следует недооценивать размеров страны. Нужно также иметь в виду: кто видел только Москву, тот на самом деле не видел России.

С другой стороны, можно, конечно, действовать так, как это сделали мы. Мы сказали себе: сфокусируемся первоначально на Москве, Санкт-

– Так вы планируете расширяться в России?

– Да, мы хотим расширяться. Мы подали сигнал, открыв в сложном 2014 году представительство Jura в Москве, чтобы показать наше лицо, как это делают все крупные фирмы, чтобы присутствовать на местном рынке. И мы считаем, что это правильный путь.

Я убежден, что российский рынок возродится. Пусть и не в тех масштабах, как это было в 2007, 2008 годах, когда нас просто избаловали, но тогда избалованы были все – вся Европа и весь мир.





В любом случае мы учитываем, что в следующем году в России пройдет Кубок конфедераций, затем чемпионат мира по футболу и т.д. Это сигналы, которые следует принимать во внимание. Придут деньги. И люди руководствуются сейчас новыми реалиями.

Последний год был тяжелым. Ну так что же? Вы зайдите сейчас в любой ресторан – там полно посетителей. Или садитесь в самолет, летящий в Россию, – та же история: у вас очень много попутчиков.

В 2003 году я летел в Москву, так оказался в салоне чуть ли не в одиночестве. Я ходил в то время в рестораны в Москве – они были наполовину пусты. Сейчас же все иначе. В настоящий момент, если мы обратимся к реальным цифрам, ситуация выглядит не столь драматично. Мы достаточно оптимистичны, мы верим в российский рынок и инвестируем в него. И мы полагаем, что настало время продвигаться вперед. ■



tobox.com



Бесплатно. За большие деньги

*Россиянин Денис Пономарев
и китаец Фэн Линь создали
проект под \$50 миллионов
инвестиций*

Денис Пономарев и Фэн Линь создали в России новый уникальный и бесплатный для пользователей агрегатор интернет-торговли **ТоВох** для магазинов из соцсетей. Стартаперы уже привлекли в этот проект \$2 млн долларов инвестиций (!). В 2016 году они ожидают еще \$50 млн (!). И сегодня мы рассказываем о том, в чем именно уникальность и привлекательность этого проекта для его пользователей и, конечно же, инвесторов.

Официальный запуск этого проекта состоялся 12 декабря 2015 года. По форме **ТоВох** – это уже привычная для торговли в интернете лента товаров, в которой есть поиск по категориям, ценовой фильтр, «корзина», геолокация, информирование о новых товарах, скидках и акциях, функция «избранное» и так далее. Суть проекта – маркетплейс, агрегатор небольших магазинов и производителей, ма-

стеров и дизайнеров, отчасти похожий на *Asos*, *Wildberries*, *Lamoda* и *Etsy*, но, разумеется, немного отличающийся от того, что есть сейчас на рынке. И основное отличие – собственный мессенджер, похожий на излюбленный в электронной коммерции «интерком», но без задержки, этакий аналог реального продавца-консультанта.

По форме **ТоВох – это уже привычная для торговли в интернете лента товаров.**



Денис Пономарев, директор по продуктам ToBox:

— Люди очень активно пользуются такой перепиской с продавцами. В свою очередь, это не напрягает и продавца, потому что он видит и свои ошибки, и реакцию на товар, на цену. Абсолютно не возбраняется написать, не делая покупки, нужно только зарегистрироваться. И можно даже сказать, мол, «а вон у соседа дешевле»...

Денис:

— Ведь почему люди торгают в соцсетях? Потому что там большая бесплатная аудитория. И все. Но продавать там трудно, есть ограничения при описании, плохо работающий директ, нужно постоянно просматривать посты, выцепляя в комментариях клиентов, а не просто «критиков». Вот мы и создали удобный функционал. И на середину марта у нас уже было 1 500 магазинов, пришед-

Отличие от других — бесплатность и собственный мессенджер, аналог реального продавца-консультанта.

Приложение ToBox Seller, с помощью которого продавцы могут полностью управлять своими магазинами с телефонов, стало доступно в Google Play 14 января, а в AppStore – 4 марта 2016 года.

Конкурировать с большими игроками сервис ToBox не пытается. Делают ставку на продавцов из соцсетей (Instagram, вКонтакте), дают им инструмент для более эффективных продаж.

ших из соцсетей. Сейчас мы подошли к моменту, когда готовы начать сотрудничать со средними магазинами. Но не торопимся. Чтобы не убить на корню нашу концепцию.

Динамика расширения партнерской сети неплохая: в месяц прирост составляет около 300–400 магазинов. Когда сервис открывался, чтобы «зайти» на него, нужно было оставить заявку, по которой в дальнейшем принимал



решение менеджер. Это помогло избежать вала тестовых магазинов и открыться сразу с проверенными продавцами. Позже разработали систему модерации – целый отдел, который просматривает каждый товар и магазин. Отклик дают в течение суток, причем всегда с комментарием и советом, как улучшить предложение. Теперь этот отдел расширяют: ведь в сутки выкладывается 1 500–2 000 товаров.

Создатели прекрасно знают, что проекты в сфере e-коммерс окупаются очень долго – в частности, та же *Latoda*, по их данным, преодолела точку безубыточности через 5–6 лет.

Денис:

– Мы идем пошагово и не скрываем, что проект сырват и брать за него деньги сейчас бессмысленно. Завоевываем свою аудиторию, людей, которые, как и мы, считают, что

Ставку делают на продавцов из соцсетей, давая им инструмент для более эффективных продаж.

Сервис не зарабатывает и существует за счет инвестиций. На этапе запуска исполнительный директор Фэн Линь вложил собственные средства – около \$500 тысяч. В сентябре в рамках раунда A привлекли двух спонсоров – *Xiaomi* и *Shunwei Capital*, общая сумма вложений составила \$2 миллиона. Сейчас готовятся к раунду A+. По планам в течение 2016 года инвестгруппа *Shunwei Capital* вложит в стартап \$50 миллионов (!).

у сервиса есть будущее, и готовы зарабатывать вместе.

Впрочем, бесплатной площадка и останется. Выходить на рентабельность планируют за счет другого проекта – собственного платежного сервиса, к разработке которого приступят в течение двух лет. Он будет интегрирован в площадку и им будут пользоваться все магазины, представленные на *ToBox*. А компания будет брать с этого процент.



Сейчас средний чек составляет 1 800–2 000 рублей. Хотя есть и люксовые предложения, дизайнерские товары, брендовые вещи из Италии, есть даже магазин квадроциклов. И бывают заказы на несколько десятков, а то и сотен тысяч рублей.

ToBox в России – лишь первая фаза проекта. В дальнейшем создатели сервиса видят перспективы для экспансии на развивающиеся рынки e-коммерса – а это Австралия, Индия, Бразилия. Также хотят выйти на IPO. ■



***Интервью с инвестором
проекта Ли Веем,
вице-президентом
компании Shunwei Capital***



Мы инвестируем в перспективные проекты

Китаец **Ли Вэй** уверен, что нынешние
экономические проблемы Китай
и Россия преодолеют успешно

ТЕКСТ: НАДЕЖДА БОБКОВА | ФОТО: SUNWEI CAPITAL



*Вице-президент компании Sunwei Capital **Ли Вей** рассказывает обозревателю журнала BIGMOSCOW, почему их компания приняла решение инвестировать в рожденный в России стартап ТоВох, каковы сегодня перспективы рынка онлайн-коммерции в России и в мире, и объясняет, почему в последнее время китайские инвесторы осторожней входят на российский рынок.*

– Господин Вей, почему вы решили вложиться в российский стартап?

– Компании, идущие на зарубежные рынки, – это сегодня главный инвестиционный тренд в Китае. Причем вкладываются инвесторы, понятное дело, в перспективные начинания. А ТоВох как раз один из таких стартапов. То есть да, конечно, это российский стартап, но его бизнес-модель очень похожа на китайскую (своего рода Taobao и Aliexpress в одном флаконе).

– То есть вы следовали тенденциям вашего рынка? Или вас чем-то привлек именно этот проект? Вообще какими критериями вы руководствуетесь, когда принимаете решение об инвестициях?

– ТоВох показался мне интересен двумя вещами: во-первых, как я уже сказал, его бизнес-моделью, а во-вторых, уникальной командой. Эти два фактора в совокупности, помоему, помогут ему добиться успеха. Такого же, какой был у Taobao в Китае.

Мы не вмешиваемся в ежедневный менеджмент стартапа, в который инвестируем.



тае, но только на российском и, возможно, других рынках.

В целом же при оценке компаний и принятии решений об инвестициях мы используем стандартные методы. Так было и с ToBox. И мы увидели, что у этого стартапа есть все шансы не просто значительно вырасти, но и стать одним из крупнейших игроков е-коммерса в России.

– О какой сумме инвестиций, если не секрет, идет речь? И о каком формате – спонсорство, выкуп акций?

– Я представляю типичного венчурного инвестора. То есть мы обычно вкладываем от 2 до 30 млн долларов, в зависимости от этапа (от стадии А до D и выше, соответственно). То есть 2 млн – это нижний порог для одного раунда, а 30 млн – это уже совокупная



цифра. Как правило, мы вкладываем деньги непосредственно в новые акции компаний.

– И в какой срок вы рассчитываете получить отдачу от проекта?

– Срок жизни нашего фонда – 10 лет, и, соответственно, в ближайшем будущем мы не ожидаем никакой финансовой отдачи. Все наши инвестиции долгосрочные.

– Пытаетесь ли вы как-то влиять на административную политику компании стартапа? То, как сейчас они ведут дела, вас устраивает?

– Компания ToBox растет очень быстро, чему мы, конечно, рады. Но вмешиваться в ежедневный менеджмент стартапа, в который мы вкладываем средства, – это против наших принципов. В ToBox есть команда,

Сфера е-коммерса в России сегодня очень перспективна.



есть исполнительный директор, топ-менеджмент. Они и руководят всем процессом.

– Е-коммерс – это многообещающая индустрия, которая закономерно привлекает крупные инвестиции. Как вы представляете себе этот рынок в будущем? Как он изменится с точки зрения технологий и модели потребления?

– Разумеется, сфера е-коммерс в России сегодня очень перспективна. В частности, уже сейчас я замечаю огромные изменения и улучшения в российской электронной торговле. По-моему, сейчас самое широкое поле для деятельности – это логистика. Например, в Китае можно отправить заказ на JD.com с утра, до 10 часов, и товары прибудут к вам домой в тот же самый день. Представьте, что такое может быть и в России.

– То есть вы видите значительный потенциал роста для этого рынка? Но нет ли

рисков его перенасыщения уже в ближайшем будущем?

– Без сомнений, этот рынок будет только расти. Например, е-коммерс в Китае уже увидел множество таких инноваций, о которых в России пока даже не слышали. Их слишком много, но я назову некоторые: площадки wish, 5miles, koudai gouwu (koudaia shopping), meilishuo, muguijie... У Китая собственная, очень завершенная и цельная экосистема электронной коммерции, а вот России, вероятно, придется подождать несколько лет, чтобы нагнать нас на этом поле.

– Пришлось ли вам столкнуться с какими-то трудностями при входе на российский рынок? Или для китайских компаний это просто в связи с длительными торговыми отношениями наших стран?

– Единственная трудность, о которой я могу сказать, – это понимание, что российские покупатели и продавцы значительно отличаются от ки-

Я уверен, что и Россия, и Китай справятся с временными экономическими трудностями.



тайских. И на это всегда нужно делать поправку. На первых стадиях финансирования мы никак не зависим ни от законодательства, ни от фискальной политики государства, где зарегистрирован реципиент.

– У России и Китая, как я уже упоминала, богатая история экономического партнерства и дружбы. Но в последнее время мы не часто слышим о подобных сделках и инвестициях. Как думаете, в чем проблема?

– Думаю, обе страны испытывают трудности, с которыми пытаются справиться. Кризис в России, санкции, а Китаю пришлось столкнуться с замедлением роста и сложным переходом на новую модель экономики – потребительскую. Впрочем, китайские власти знают, что делать, а люди у нас очень гибкие, легко адаптируются к новым реалиям. Так что я не думаю, что эти проблемы непреодолимы. Я уверен, что и Россия, и Китай справляются с временными экономическими трудностями.

– А вы планируете инвестировать еще в какие-то российские компании и стартапы?

– Вполне вероятно. Если только у них будет четкая направленность и убедительная бизнес-модель. Но сейчас я не готов назвать конкретные проекты.

– Может, тогда расскажете про другие проекты, в которые вы ранее вкладывали средства?

– Работая в Sunwei, лично я поддерживал около 10 проектов. В основном в сфере онлайн-образования и финансов. Пожалуй, самые интересные из них Pebbles Interfaces (продан компании Facebook для проекта Oculus в 2015 году), 51talk.com (крупнейшая площадка по онлайн-обучению английскому языку в Китае), zmlearn.com (крупнейшая онлайн-платформа для коммуникации школьников и студентов), liweija.com (крупнейший онлайн-ретейлер, специализирующийся на продаже мебели ручного изготовления – например кухонных гарнитуров, гардеробов и т.д.), Mime Finance (финансовая компания, предлагающая потребительские кредиты молодым людям) и WPS (эквивалент Microsoft Office в Китае). ■



...О стартапе ТоВох





В России — новая реальность

*Ошибка считать кризисом
естественные трудности
ее формирования*



Голландец Йерун Кеттинг – признанный авторитет и эксперт по вопросам бизнеса иностранцев в России. Он уже 23 года живет и работает в Москве. А его фирма Lighthouse за 15 лет существования помогла войти в российскую экономику более чем 1200 компаниям. Йерун очень часто выступает перед теми, кто хочет начать свое дело в незнакомой стране. И сегодня он делится с читателями BIGMOSCOW мыслями о ситуации в России и ее привлекательности для иностранного малого и среднего бизнеса.

Я занимаюсь помощью иностранному бизнесу в России более 17 лет – с 1999 года. К тому времени я уже жил и работал в Москве 5 лет. Овладел языком, посмотрел страну, накопил знаний, оброс необходимыми связями. Как сам я тогда это называл, «помогал как одноглазый слепым»...

Время было, конечно, другое. Открывшаяся после крушения «железного занавеса» всему миру Россия очень привлекала западный бизнес своими гигантскими территориями, потребительским спросом, колossalными возможностями. Шутка ли – только лично я участвовал во вхождении на российский рынок, в создании производств и бизнеса около 1200 иностранных компаний! Это за 15 с небольшим лет. И все постоянно шло по нарастающей. Несмотря на известные проблемы, кризисы и дефолт в 1998, в 2008 годах...

Помню, в 2013 году Россию посетили король и королева Нидерландов. Я тогда организовал специальные презентации в Гол-



**ОТКРЫВШАЯСЯ
ВСЕМУ МИРУ
РОССИЯ
ПРИВЛЕКАЛА
ЗАПАДНЫЙ БИЗНЕС
СВОИМИ
КОЛОССАЛЬНЫМИ
ВОЗМОЖНОСТЯМИ.**

О ЙЕРУНЕ КЕТТИНГЕ

ландии для бизнесменов, заинтересованных в ведении дел в России. Интерес был огромнейший. Связи налаживались мгновенно. Из Голландии потоками шли фуры с товарами от цветов до сыра, не считая, конечно же, и высокотехнологичной продукции.

Сегодня, понятное дело, ситуация не та. Санкционное противостояние заметно сказалось на показателях взаимодействия экономики России с экономиками других европейских стран. Только по нашей компании Lighthouse могу сказать, что уже в 2014 году в течение каких-то 4–5 месяцев из-за связанных с санкциями ЕС и контрмерами РФ событий мы потеряли около 50% выручки. Это очень много.

Пошел резкий отток иностранных инвестиций. Упали торговые потоки. В 2015 году, по моим прикидкам, где-то на 40%. Кое-кто из западных бизнесменов решил уйти из России, другие думали, как спасать тут свое дело. При этом, что интересно, крупнейшие мировые игроки, например, в сфере нефтегазодобычи свои позиции в России только усиливали и наращивали. Понятное дело – бизнес есть бизнес. И здесь экономическая целесообразность всегда превалировала и превалирует над любыми политическими или идеологическими изысками.

Как бы то ни было, но многие ушли. Могу рассказать о нашем клиенте из одной из северо-восточных европейских стран (по понятным причинам нет смысла конкретно называть эту достаточно крупную компанию), который уже в стадии практического решения разрабатывал проект участия в распреде-



ВЫБОР СФЕРЫ БИЗНЕСА В РОССИИ СТОЛЬ ЖЕ ОГРОМЕН, КАК И САМА ТЕРРИТОРИЯ ЭТОЙ СТРАНЫ.

ПЕРСПЕКТИВЫ
ЭКОНОМИКИ
РОССИИ
НА 10 ЛЕТ



лении российского экспорта в Европе. Увы, тем планам не суждено было сбыться. Да и сбудутся ли они теперь вообще? Ведь мы сегодня видим, что из-за происходящего Россия выбирает другое стратегическое направление для экономических связей – Восток.

Этот фактор, кстати, теперь учитывает в своей работе другой наш клиент – достаточно крупная голландская компания, являющаяся технологическим лидером в сфере логистики. Они с нашей подачи поняли, что время приоритета в работе с прицелом только на Москву и Санкт-Петербург прошло. Как прошло и время «быстрых денег», когда в 90-е буквально золотыми оказывались все сделки по поставкам что продуктов питания, что одежды, что других товаров и даже услуг.

Сегодня же кризис и санкционное противостояние рождают на наших глазах в самой России и вокруг нее новую реальность. Это неизбежно и уже неотвратимо.

Плохо это? Хорошо? Да ни так, ни эдак. Это просто явная тенденция, реальность, которую теперь надо учитывать, если вас интересуют и гигантский российский рынок, и возможность ведения бизнеса в этой стране.

Можно ли еще вести бизнес в России? Об этом все чаще спрашивают меня в странах Европы. И я отвечаю: «Конечно, да». Но самое удивительное, что это не только мое мнение. Так думают и сами европейские бизнесмены, работающие в России.

По итогам опроса, проведенного в конце прошлого года среди членов Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ), 76% представителей малого и среднего бизнеса ожидали в ближайшие год-два снижения экономи-



**НЕЛЬЗЯ ПРОСТО
ЧТО-ТО ПРОДАВАТЬ.
НАДО ПРЕДЛАГАТЬ
ПАРТНЕРСТВО.
ВКЛЮЧАТЬСЯ
В ПРОИЗВОДСТВО.**

ческих показателей в России. При этом 40% считали, что в течение 4–5 ближайших лет в России ожидается экономический рост, а еще около 33% – что в этот период в России все будет стабильно. Но 73% опрошенных убеждены, что на долгосрочную перспективу в 6–10 лет экономику России ждет рост. Эти цифры говорят о многом. Даже западный бизнес достаточно оптимистично расценивает перспективы российских рынков и экономики. И не хочет упускать возможностей тут поработать. И заработать.

Поэтому я говорю так: ситуация в России – это не кризис, а состояние формирования новой реальности. Именно новой реальности. Изменились «правила игры», и много чего сегодня нельзя. Но можно и нужно понимать, что новая реальность – это и новые возможности. В том числе и для западного бизнеса.

Я часто слышу, что малого и среднего бизнеса в России еще крайне мало (но ведь это значит, что есть незанятые ниши, место для приложения сил!) – всего 17% в ВВП. Но так ли это? Люди-то здесь живут и выживают. А тот, кто выжил, – уже, по моему мнению, предприниматель. Простая продавщица, у которой я постоянно покупаю кур, – это не просто продавец, а малый предприниматель. Она сама едет к фермерам и привозит оттуда товар.

Сегодня 50% сельхозпродукции в России производят частные лица, фермеры, на своих огородах и в своих садах. Вдумайтесь! Да ведь это уже осуществленная западная мечта о том самом «сезонном потреблении». Россия в этом отношении уже обогнала Европу? Видимо, да.

O LIGHTHOUSE
GROUP



**НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ
ПОДРАЗУМЕВАЕТ
И НОВЫЕ ПОДХОДЫ.
СВОИМ БИЗНЕСОМ
ЗАНИМАТЬСЯ НАДО
ВПЛОТНУЮ, ТУТ ЖЕ,
В РОССИИ.**

Остается добавить, что у России почти нет внешних долгов (общая задолженность не превышает 10–20% от ВВП, а мы знаем, что в некоторых странах Европы, да и в США, этот показатель уже значительно превосходит годовой ВВП).

Стоит ли говорить о кризисе?

Но это вовсе не значит, что в России нет проблем. Конечно же, они есть. И это – та самая возможность, когда западный предприниматель может и должен организовать здесь свое дело. И оно будет востребовано.

О чем идет речь? Да выбор тут столь же огромен, как сама территория этой страны. Кому интересно, погуглите в интернете о российских стартапах. Их все больше и больше. Много среди них совместных, с иностранным участием или инвестированием. И тут хочется, прежде всего, сказать о возможностях сферы высоких технологий. Одних только интернет-пользователей в России сегодня, по официальным данным, 90 млн. А это ведь больше, чем все население Германии.

Привлекательно сейчас и высокотехнологичное сельское хозяйство. С учетом государственных преференций и программ в этой сфере. Например, сегодня россияне потребляют около 140 тысяч тонн шампиньонов в год. И только 7% от этой цифры выращивают в самой России (!). Если наладить тут производство грибов, то их себестоимость будет сразу же в 2 раза ниже завозимых!

Я своими глазами видел огромные площади парников (30 гектаров теплиц в одном только крупном хозяйстве!) и гигантские фруктовые сады на юге России, в Ставропольском крае. Но знаете ли вы, что при этом 75%



БИЗНЕС ИНОСТРАНЦЕВ В РОССИИ, КАК И ПРЕЖДЕ, ОСТАЕТСЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМ И ПЕРСПЕКТИВНЫМ.

яблок Россия вынуждена импортировать? Не хватает! Такая уж огромная страна.

И сегодня иностранцы открывают в России свой бизнес. Привлекают инвесторов, например, и очень востребованные робототехнологии. И фармацевтическая сфера. И здравоохранение. И производство автокомпонентов. И медицинского оборудования.

Но... Всегда бывает в жизни такое вот «но». Новая реальность подразумевает и новые подходы. Сегодня своим бизнесом заниматься надо вплотную, тут же, в России. Уже не получится, как прежде, спокойно управлять делами из-за рубежа.

Я говорил, что Россия – это не только Москва и Санкт-Петербург. Это тоже надо учитывать: в России почти 150 миллионов человек постоянного населения, в этой огромной стране 9 федеральных округов, 85 субъектов Федерации. И везде есть место для малого и среднего бизнеса, свои плюсы и свои минусы...

Поэтому тем желающим вести бизнес в России, которые говорят: «Подождем, пока рынок успокоится и условия вновь станут прежними», – могу сказать только одно: как прежде уже не будет. Никогда. Новая реальность диктует нам свои условия. И мыслить надо по-новому.

Уже нельзя просто (как прежде) что-то продавать. Теперь надо предлагать партнерство. Включаться в производство. Русский рынок не придет к нам сам (как раньше, когда буквально с деньгами в кейсах в мою родную Голландию приезжал на фурах бизнесмен за цветами или сыром). Сегодня, чтобы не упустить богатые возможности, надо самим проявлять активность. И мыслить при этом стра-



НА НАШИХ ГЛАЗАХ В САМОЙ РОССИИ И ВОКРУГ НЕЕ РОЖДАЕТСЯ НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ.

тегически (повторюсь, время «быстрых денег» прошло), на среднесрочную и длительную перспективы. Если хотите, надо стать своего рода «корпоративным гражданином» России.

Это, кстати, понимают практически все работающие в России иностранцы. Например, сейчас мы помогаем одной бельгийской компании, 90% продукции которой попало под известный бойкот (речь идет о миллиарде евро в год!), компенсировать эти потери производством в России, внедрением тут их технологий. Параллельно мы работаем с другой компанией, которая входит сейчас в российский бизнес оказания высокотехнологичной помощи грузовикам и фурам прямо на российских дорогах. Этот бизнес вести из-за рубежа попросту нельзя.

Так что успешный бизнес иностранцев в России, как и прежде, остается привлекательным и перспективным. ■





www.ray-me.ru

Безналичная прибыль

*Как начать принимать к оплате
банковские карты в России?
Это не сложней, чем в США или в Европе*



Владимир Канин более 10 лет занимается бизнесом в сфере ИТ-технологий и инвестирует в некоторые проекты на российском рынке. Четыре года назад он основал в Москве сервис мобильного эквайринга *Rau-Me* и стал его генеральным директором. Сегодня Владимир рассказывает читателям BIGMOSCOW о том, как предпринимателю малого и среднего бизнеса в России наладить безналичные расчеты с клиентами и покупателями.

ВОПРОС НАЗРЕЛ

Банковские карты давно вошли в нашу жизнь. И Россия тут не исключение. Усилиями ведущих банков на руках у россиян сегодня находится существенное количество карточек (как дебетовых, так и кредитных) – по разным оценкам, 210–220, а то и все 243 миллиона (по данным ЦБ РФ на 01.01.2016). Если взять население РФ – 143,5 миллиона человек – и вычесть младенцев, детей, частично студентов и стариков-пенсионеров, не

пользующихся карточками, у нас остается миллионов 100 тех, кто этими самыми картами активно пользуется. Т.е. мы получим, что в России в среднем приходится по 2,2–2,5 банковской карты на душу каждого активного взрослого гражданина страны. Поэтому все чаще и чаще сам покупатель (клиент), картхолдер, как мы его называем, давит «снизу» на бизнесмена (или мерчента), с тем чтобы тот начал принимать к оплате банковские карточки. И все больше и больше пред-

В РОССИИ В СРЕДНЕМ ПРИХОДИТСЯ ПО 2,2–2,5 БАНКОВСКОЙ КАРТЫ НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ.



ставителей малого и среднего бизнеса в России, которые раньше работали только с наличным расчетом в силу разных причин, чувствуют давление спроса рынка и хотят банковские карты принимать.

ТЕПЕРЬ — ОБЯЗАТЕЛЬНО

К тому же с 2015 года в РФ вступили в силу некоторые изменения в федеральный закон «О защите прав потребителей». Отныне торговые предприятия должны предоставлять своим покупателям возможность расплатиться банковской картой. Такое правило ввел и Федеральный закон от 05.05.2014 №112-ФЗ. Впрочем, это требование касается не всех магазинов, а только тех, выручка которых составляет более 60 млн рублей в год. Предприятиям с меньшей выручкой разрешается не устанавливать pos-терминалы. Но Роспотребнадзор будет штрафовать магазины с выручкой более 60 млн за отказ принять к оплате пластиковую карту. Штраф для должностных лиц составляет 15–30 тыс. рублей, для компаний –

от 30 до 50 тыс. рублей. Соответствующие поправки в ст. 14.8 КоАП РФ также внес закон №112-ФЗ.

Поэтому сейчас можно говорить о всплеске в России интереса малого и среднего бизнеса к эквайрингу (приему банковских платежных карт в качестве средства оплаты товара, работ, услуг).

ЭТО ДОСТУПНО И ВЫГОДНО

Нельзя не сказать, что предприниматели, которые ранее не принимали к оплате банковские карты, но стали их принимать, сразу отметили, что с эквайрингом у них растут обороты и увеличивается количество покупателей за счет тех, кто предпочитает расплачиваться банковской картой и не носит с собой наличку. Иногда рост оборота у таких наших клиентов составляет 25–35%. Это естественно и для магазинов, и для любых сфер деятельности малого и среднего бизнеса, подразумевающих оплату товара, работ или услуг клиентом или покупателем. Кстати, для предпринимателя в России (не важно, иностранец он или

**МОЖНО ГОВОРИТЬ О ВСПЛЕСКЕ ИНТЕРЕСА МАЛОГО
И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА РОССИИ К ЭКВАЙРИНГУ.**



нет) внедрение в свой бизнес эквайринга сегодня не сложнее, чем в Европе или в Америке.

Минимально необходимое оборудование для приема оплаты по банковским картам обойдется, для примера, в нашей компании в 7 900 рублей. Это будет так называемый Chip&PIN-ридер (терминал) – компактный и легкий в использовании прибор, позволяющий работать с банковской картой и подключаемый по bluetooth к смартфону или планшету (терминал совместим практически с любым смартфоном или планшетом). Заряжается он через микро-USB, и одного заряда хватает, чтобы провести сотни платежей подряд. Он поддерживает чиповые и магнитные карты всех популярных типов (VISA, VISA Electron, MasterCard, Maestro).

Программное обеспечение можно скачать бесплатно в App Store, Google

Play или Windows Store. При этом с предпринимателя не взимается никакой абонентской платы. И он сразу решает свою проблему и может принимать к оплате банковские карты.

О ВАЖНЫХ НЮАНСАХ

Надо знать, что ставка с каждой транзакции будет чуть выше, чем, например, в больших банках. Мы начинаем говорить про 2,75%, а потом, с ростом оборота, понижаем эту ставку.



Чеки в таком случае будут двух видов. Во-первых, электронные (так называемые терминальные), которые законодательством РФ разрешены, – в виде e-mail или sms (покупатель получает sms-сообщение, может перейти на сайт и увидеть там тот же чек: где он купил, что, у кого, когда, во сколько и за какие именно деньги). И второй вид чека – когда предприниматель подключит еще и специальный фискальный принтер (есть

КТО МОЖЕТ РАБОТАТЬ БЕЗ ФИСКАЛЬНОГО ЧЕКА?

МИНИМАЛЬНО НЕОБХОДИМОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ CHIP&PIN-РИДЕР.



несколько моделей этих мобильных принтеров). Такие принтеры стоят, конечно, дороже, чем наш терминал. Я видел их и за 20 тысяч рублей, и за 23 тысячи, и за 25 тысяч. Таковы реалии – дешевых фискальных принтеров не бывает. Тем не менее в России есть десятка полтора видов деятельности, при которых разрешено не печатать фискальные чеки (это для тех, кто пользуется ЕНВД – единым налогом на вмененный доход).

СКОЛЬКО СТОИТ ЭКВАЙРИНГ?

Таким образом, войти в эту сферу представитель малого или среднего бизнеса может, заплатив от нескольких тысяч рублей (если у него нет необходимости работать с фискальными чеками) до 27-28 тысяч рублей (когда ему понадобится и фискальный принтер). Но у тех, кто работал ранее только за наличный расчет и без ЕНВД, обязательно был в наличии зарегистрированный в налоговой инспекции кассовый аппарат, который выполнял и функцию фискального принтера. Т.е., нужно или нет тратить деньги на

фискальный принтер, будет понятно в каждом конкретном случае.

НА ЧТО ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ

Во-первых, стоит выяснить уровень надежности банка или банков, являющихся партнерами компании, предоставляющей услуги эквайринга. Банки должны быть топовыми и входить минимум в первую сотню, а еще лучше – в десятку рейтинга. Например, наша компания – одна из немногих, если не единственная в стране, у банков-партнеров которой не отзывали лицензии. Потому что у нас очень надежные партнеры. В России это «Альфа-Банк», в Казахстане – «Народный банк Казахстана» и «АТФ Банк», в Украине – «Райффайзен Банк Аваль», «ОТП Банк», «Юнекс Банк» и «Банк Михайловский».

Во-вторых, нормальная компания, предоставляющая услуги эквайринга, не касается денег клиента. Этим должен заниматься только банк. Наша же задача – правильные рабочие устройства, удобные сервисы, удобный личный кабинет клиента и т.д.

**НЕКОТОРЫМ ВИДАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ
РАЗРЕШЕНО РАБОТАТЬ БЕЗ ФИСКАЛЬНЫХ ЧЕКОВ.**



ВАЖЕН УРОВЕНЬ НАДЕЖНОСТИ БАНКОВ, ЯВЛЯЮЩИХСЯ ПАРТНЕРАМИ КОМПАНИИ ПО ЭКВАЙРИНГУ.

А в-третьих, конечно же, клиенту удобней, если банковский счет его компании окажется в банке-партнере компании по эквайрингу. Это значительно упрощает и ускоряет прохождение денежных средств.

КАК РЕШИТЬ ПРОБЛЕМУ?

Сегодня для подключения эквайринга нужно зайти на сайт любой компании, предоставляющей эти услуги, и оставить там заявку о желании принимать к оплате банковские карточки. Плюс к заявке нужно загрузить на сайт сканы ряда документов:

- свидетельство о регистрации;
- свидетельство о постановке на учет в налоговых органах;
- справка об открытии банковского счета;
- копия паспорта директора (или ИП).

И все. На проверку представленной информации о бизнесе заявителя уйдет не более двух дней, по истечении которых он получит ответ и возможность сразу же принимать к оплате своих товаров или услуг банковские карточки. Устройства для работы с банковскими картами (ридеры, принтеры, все, что понадобится) доставят по указанному в заявке адресу в удобное для клиента время.

Если вы решите обратиться лично в банк, то вам придется предоставить туда ксерокопии тех же документов, а в остальном проблема будет решаться точно так же. ■





www.acg.ru



Секреты успешного старта

*Гайанец Чет Боулинг рассказывает
о типичных ошибках иностранцев
при регистрации своего
бизнеса в России*

ТЕКСТ: ЧЕТ БОУЛИНГ | ФОТО: АЛИНГА КОНСАЛТИНГ ГРУПП



Начиная бизнес в России, стоит внимательно отнести к процедуре его регистрации. Ошибки, допущенные на этом этапе, порой негативно влияют на всю дальнейшую работу. Как иностранцам обеспечить успешный старт своего бизнеса в России? Об этом говорит основатель и управляющий партнер «Алинга Консалтинг Групп» Чет Боулинг. Он консультирует иностранцев в РФ уже более 20 лет. Его компания предоставляет юридическую поддержку, аутсорсинг учетных функций и аудиторские услуги с 1999 года.

... Об «Алинга Консалтинг Групп»



СИТУАЦИЯ



Производитель косметических товаров из Европы при регистрации дочерней компании в России столкнулся с необходимостью указать юридический адрес, не имея пока постоянно-го офиса. Консультировавший компанию юрист предложил зарегistrarоваться формально, на один из имеющихся у него адресов, с почтовым обслуживанием. Убедившись, что этот адрес реально существует и услуга пере-

Чтобы не попадать в такие ситуации, при оформлении юридического адреса в России необходимо иметь в виду следующее:

1. Обязательно проверяйте по базам налоговой инспекции или других специализированных интернет-ресурсов, не является ли предлагаемый вам юридический адрес адресом массовой регистрации. Даже если на момент проверки адрес «чистый», не поленитесь периодически проверять его, он может стать адресом массовой регистрации через некоторое время. Это важно и потому, что банки тщательно изучают юридические адреса клиентов при открытии



СИТУАЦИЯ

2

Крупная иностранная организация создавала дочернюю компанию в Москве с намерением развивать бизнес сразу в нескольких российских регионах. Поэтому при регистрации столичного офиса иностранцы зарегистрировали и обособленные региональные подразделения. На практике в первый год никакой деятельности в большинстве из зарегистрированных обособленных подразделений не велось. Но к концу отчетного периода компания обнаружила, что стоимость бухгалтерского и налогового учета для российского ООО значительно увеличилась. Дело оказалось в том, что по закону все зарегистрированные обособленные подразделения ООО, даже если рабочие места в них отсутствуют и реальная деятельность не ведется, обязаны предоставлять декларацию по налогу на прибыль в региональные налоговые

Лишних расходов можно было бы избежать совсем, если бы иностранная компания не регистрировала свои обособленные подразделения в России «на будущее». Регистрировать стоит только тот бизнес, который вы планируете реально развивать. Решить вопрос регистрации подразделений в России сегодня не сложно. И делать это лучше уже после начала их реальной работы. Уведомить налоговые органы об открытии обособленного подразделения по российским законам можно в течение 30 дней после создания в нем первого рабочего места.

**РЕГИСТРИРУЙТЕ ТОЛЬКО
ТОТ БИЗНЕС, КОТОРЫЙ
РЕАЛЬНО ПЛАНИРУЕТЕ
РАЗВИВАТЬ.**



СИТУАЦИЯ

3

Иностранные кадровые агентства, зарегистрированные на Британских Виргинских островах, столкнулись с непредвиденными расходами при выводе прибыли российской «дочки»: пришлось уплатить дополнительный налог на дивиденды в размере 15%. Проблема оказалась в том, что организация не учла специфику налогообложения прибыли еще на этапе регистрации своего бизнеса в России. Иностранные компании могут открыть на территории РФ российское юрлицо (дочернюю компанию, обычно ООО) или иностранное (филиал или представительство). Филиал в отличие от представительства имеет право заниматься коммерческой деятельностью. Российское юридическое лицо удобнее, когда речь идет о производстве продукции, а иностранное юрлицо обычно используют компании, работающие в сфере услуг. Процедуры регистрации любой

ВЫБИРАЙТЕ ФОРМУ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА ИСХОДЯ ИЗ СФЕРЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (УСЛУГИ/ПРОИЗВОДСТВО) И ТОНКОСТЕЙ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ НА КАЖДОМ ЭТАПЕ ДВИЖЕНИЯ СРЕДСТВ

Ошибка была допущена в выборе формы ведения бизнеса. По российским законам дочерняя компания всегда платит налог на дивиденды. И при отсутствии соглашения об избежании двойного налогообложения между юрисдикциями сумма налога составляет 15%. А у России нет такого соглашения с большинством офшорных зон. При наличии же соглашения налог платится по пониженной ставке. В то же время филиал может беспрепятственно переводить денежные средства со своих счетов на счета головного офиса без каких-либо удержаний и вне зависимости от того, получена ли прибыль или понесен убыток от деятельности в России за отчетный период. Поэтому для агентства по подбору персонала и большинства других оказывающих услуги компаний оптимальное решение



СИТУАЦИЯ

4

Глобальное руководство международной производственной компании посчитало, что никто не справится с завоеванием российского рынка лучше их топ-менеджера шведского офиса. Энергичного шведа указали при подаче документов на регистрацию как генерального директора. Мотивированный такой карьерной перспективой управленец в течение полугода должен был подготовить себе замену в Швеции и переехать на работу в Россию. Для упрощения процедуры получения разрешения на работу воспользовались уникальной особенностью российского миграционного законодательства – оформлением будущего CEO как высококвалифицированного специалиста (ВКС). Все было сделано действительно быстро. Однако именно это обошлось организации гораздо дороже, чем планировалось...

В международной компании не учли, что по закону работодатель обязан ежемесячно уведомлять ФМС об исполнении своих обязательств по выплате зарплаты иностранным высококвалифицированным специалистам. Поэтому у организации появилась необходимость выплачивать CEO зарплату в установленном законом для таких случаев размере: не менее 167 тысяч рублей в месяц. И делать соответствующие налоговые отчисления.

Как можно понять из этого примера, не стоит торопиться с назначением CEO-экспата в новую организацию. Если такой руководитель не собирается немедленно приступить к выполнению своих обязанностей, при регистрации бизнеса лучше указать в документах формального гендиректора. Это позволяет не нести лишних расходов и не торопиться с выбором «настоящего» CEO. Консалтинговые компании, в том числе и наша, оказывают услугу предоставления номинального генерального директора для прохождения процедуры регистрации. Сменить его можно будет затем в любой момент.

**НЕ СПЕШИТЕ НАЗНАЧАТЬ CEO.
ПРИ РЕГИСТРАЦИИ МОЖНО**





Подбери себе партнеров!

*Многочисленные международные
мероприятия в Москве помогут людям
дела найти новые направления
развития своего бизнеса*

ТЕКСТ: ПАВЕЛ ДЕНИСОВ





РОССИЙСКОЕ СЕЛО-2016 СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ФОРУМ



5.07 – 06.07

Место проведения:

**Выставка достижений
народного хозяйства (ВДНХ)**

**Профиль: сельское хозяйство,
фермерство, пищевая
промышленность**

Этот специализированный форум является составной частью известного проекта «Российское село», реализуемого в Российской Федерации уже третий год. Программа «Российское село» становится действенным рычагом корректировки ситуации на сельских территориях. Об этом свидетельствуют результаты прошедшего в феврале 2016 года семинара-совещания в Москве.

ТЕМАТИЧЕСКИЕ
РАЗДЕЛЫ





**«ГРИНМАРКЕТ»
ФЕСТИВАЛЬ ЭКОЛОГИЧЕСКИ
ЧИСТЫХ ПРОДУКТОВ**

28.07 – 31.07

Место проведения:

парк «Сокольники»,

Фестивальная площадь

Профиль: продукты питания,

фрукты, овощи, мясо, рыба,

фермерские продукты

Фестиваль экологически чистых продуктов – яркое гастрономическое событие, цель которого – быть базовой площадкой для того, чтобы реализовывать и продвигать продукты питания и другую натуральную продукцию собственного производства на розничном рынке столицы России напрямую покупателям. Фестиваль проходит в формате ярмарки.

**ТЕМАТИЧЕСКИЕ
РАЗДЕЛЫ**





**МОСКОВСКИЙ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ
АВТОМОБИЛЬНЫЙ САЛОН**

24.08 – 04.09

Место проведения: МВЦ

«Крокус Экспо»

Профиль:

**автомобилестроение,
автоаксессуары,
автокомпоненты, автохимия
и косметика, оборудование
для техобслуживания,
коммерческий транспорт,
личный транспорт**

Московский международный автомобильный салон/ММАС – самое значительное событие для много-миллионной армии автолюбителей и профессионалов в автомобильной отрасли.

**ТЕМАТИЧЕСКИЕ
РАЗДЕЛЫ**



CHRISTMAS Box

PODARKI



PODARKI.

CHRISTMAS BOX-2016

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ
ВЫСТАВКА ТОВАРОВ
ПОДАРОЧНОЙ ИНДУСТРИИ

13.09 – 15.09

Место проведения:

МВЦ «Крокус Экспо»

*Профиль: товары народного
потребления, подарки,
сувениры, упаковка,
новогодняя продукция,
рождественская продукция*

Выставка Podarki. Christmas Box объединяет на одной площадке ведущих производителей, поставщиков и заказчиков подарков, сувениров, новогодней и праздничной продукции. Выставка открывает новый сезон активных продаж, определяет дальнейшее развитие подарочной индустрии, позволяет найти новых деловых партнеров и заключить новые контракты.

ТЕМАТИЧЕСКИЕ
РАЗДЕЛЫ





BUYBRAND EXPO-2016
МЕЖДУНАРОДНАЯ
ВЫСТАВКА ФРАНШИЗ

28.09 – 30.09

Место проведения:

**Центральный выставочный
комплекс «Экспоцентр»**

**Профиль: бизнес, экономика,
финансы, безопасность,
товары народного
потребления, туризм,
мебель, офисное и торговое
оборудование**

В выставке франшиз ежегодно принимают участие франчайзинговые компании из разных стран с инвестиционным диапазоном от 0,6 до 30 млн рублей. Участники ищут партнеров, готовых купить как одну франшизу, так и мастер-франшизу на отдельно взятый город, всю Россию и страны СНГ. На выставку приезжают предприниматели из всех регионов России от Калининграда до Владивостока, а также предприниматели из стран СНГ и Европы. ■

**ТЕМАТИЧЕСКИЕ
РАЗДЕЛЫ**



*Представляем деловой
центр премиум-класса
в самом сердце Москвы
«Романов Двор»*

**Квартира
пrestижка
и успеха**

ФОТО: «РОМАНОВ ДВОР»

BIGMOSCOW // ДЕЛОВАЯ МОСКВА // «РОМАНОВ ДВОР»



BIGMOSCOW // ДЕЛОВАЯ МОСКВА // «РОМАНОВ ДВОР»







BIGMOSCOW // ДЕЛОВАЯ МОСКВА // «РОМАНОВ ДВОР»







«Романов двор» – премиальный деловой квартал, расположенный в самом сердце Москвы, в 500 метрах от Кремля, по адресу: Романов пер., д. 4, стр. 2. Входит в список самых дорогих объектов коммерческой недвижимости российской столицы по версии Forbes.

Это не обычный бизнес-центр, а целый деловой квартал, построенный холдингом RD Group по проекту бюро «Попов и архитекторы», один из пионеров реновации в историческом центре Москвы. Квартал развивается с 1996 года между улицами Воздвиженка, Большая Никитская, Моховая и Романовым переулком.





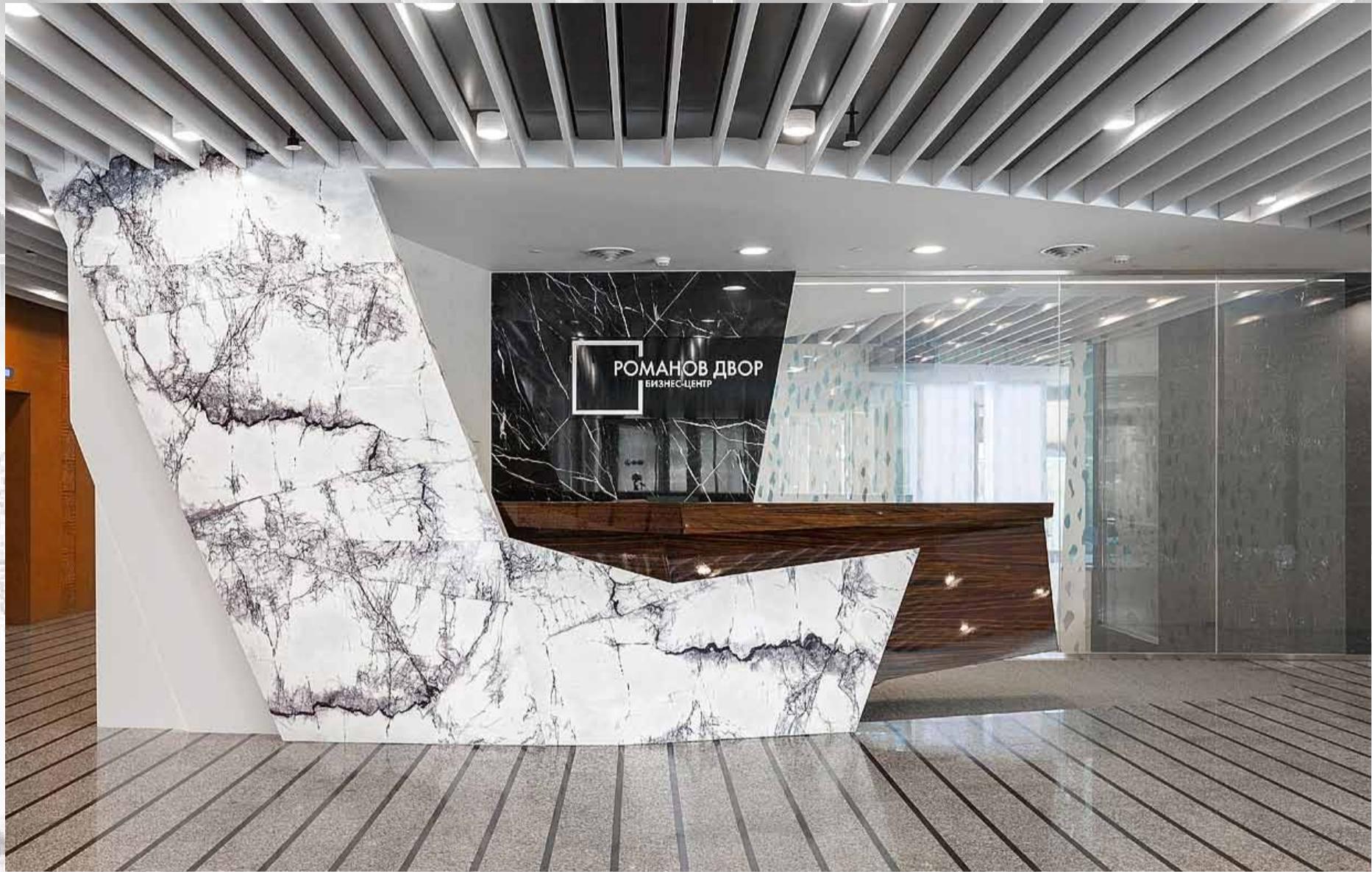
Весь комплекс зданий делового квартала «Романов двор» органично вписан в уникальный архитектурный облик старой Москвы. По периметру квартала сохранены исторические фасады зданий, тогда как современный второй корпус и новаторский фасад третьей очереди спрятаны внутри существующей застройки.





Помимо высококлассных офисов здесь расположены рестораны и кафе – Correa's, Paul, «Долмама», апартаменты бизнес-класса, фитнес-клуб World Class, кинотеатр Romanov Cinema, отделения банков, салон цветов Florist Gump, химчистка Bianca. Достоинством квартала является пешеходная гастрономическая улица и благоустроенный внутренний двор, доступные для всех желающих. Это делает «Романов двор» привлекательным не только для деловых людей, но и для горожан и туристов.





В большинстве бизнес-центров жизнь замирает после окончания рабочего дня, но только не в «Романовом дворе». Этот комплекс – не только место для бизнеса, а еще и комфортное общественное пространство, которое притягивает активных, прогрессивных и думающих людей, место, где они чувствуют связь с городом, его историей и культурой. Во внутреннем дворе в теплое время года постоянно проходят выставки, лекции и мастер-классы.





Деловой комплекс построен в соответствии с передовыми техническими и инженерными требованиями и с учетом международных экологических стандартов. В 2013 году «Романов двор» первым в России был сертифицирован по обновленному стандарту BREEAM In-Use International, что подтверждает соответствие проекта мировым стандартам экологической безопасности для офисов класса А+.



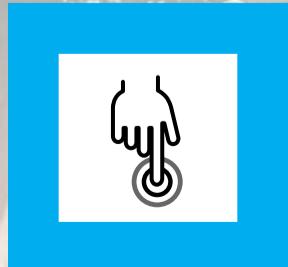


Арендаторами «Романова двора» являются ведущие международные компании, мировые лидеры в области консалтинга, банковских, финансовых и юридических услуг, в числе которых Credit Suisse, White & Case, Bloomberg, Boeing, Bank of Tokyo, Squire Patton Boggs и многие другие.





Привлекательна и транспортная доступность комплекса: в непосредственной близости от него расположены станции метро «Библиотека имени Ленина», «Боровицкая» и «Арбатская». Расстояние до аэропортов: до «Домодедово» — 40 км, до «Шереметьево» — 30 км, до «Внуково» — 30 км. На территории комплекса расположен двухуровневый подземный паркинг на 250 машиномест.



В МОСКВЕ

Индиец **Маниш Кумар**,
занявшись в России бизнесом,
добился успеха и прибыльности
своего предприятия

Бензольное кольцо Уасхи

ТЕКСТ: СВЕТЛАНА САМОДЕЛОВА | ФОТО: ФРАНЧЕСКО РОССИНИ

Маниш Кумар – президент собственной компании «Солтекс Групп» (*Soltex Group*), которую он зарегистрировал в России 20 июля 2011 года. Область его деятельности и интересов обширна: начав с нефтехимического сектора, полимеров и индустриальной химии, он теперь занимается эфирными маслами, планирует начать поставки в Крым текстиля и организовать там пошив одежды. Сегодня Маниш рассказывает обозревателю BIGMOSCOW о том, как он живет и чем занимался и занимается в Москве практически четверть века.

– После окончания в Москве университета (а факультет у меня был самый передовой – разработка нефтяных и газовых месторождений) у меня была возможность уехать на работу в Канаду или на Аляску, но я решил остаться в России. Мне хотелось организовать собственный бизнес, а для этого нужно было приобрести необходимый опыт.

В России для этого были все условия: богатые запасы нефти и газа, возможность поработать с людьми «на земле» и большие перспективы. Я стал работать в компании Petropharma International, которая как раз активно осваивала российский рынок.

После дефолта и экономического кризиса в 1998 году в России была серьезная нехватка сырьевого бизнеса, особенно это касалось нефтехимической и химической отраслей. Нам предложили поставлять дефицитное на тот момент полимерное сырье – вспенивающийся полистирол. Это гранулы, которые при контакте с паром увеличиваются в размере примерно в 50 раз. Мы имели деловые связи в различных странах. Пробную партию поставили в Россию из Южной Кореи. За полто-



... О Манише Кумаре



ра года мы стали одним из крупнейших поставщиков этого сырья в Россию.

– Насколько сложно было проводить партии сырья через таможню?

– В России все непросто. Были и задержки, и проблемы с хранением. Но у каждого минуса есть свой плюс. Так как здесь было достаточно сложностей, не все могли войти со своим

товаром на российский рынок. А мы тем временем здесь прочно обосновались, заняли свою нишу.

В бизнесе ко всему должен быть гибкий подход: если законы страны требуют работать так, значит, мы должны подстраиваться и работать именно так.

– Рынок сбыта был обширный?

– Гранулы полистирола мы продавали по всей России. Причем

После университета я решил остаться в России. Хотелось организовать собственный бизнес.

ввели новую схему доставки. Все европейские компании работали через Балтийский порт, а мы стали ввозить сырье через порт Находки. Чтобы избежать сбоев в связи с форс-мажорными обстоятельствами, организовали свой складской комплекс. Из порта сырье по железной дороге отправляли по назначению. На сайте центра клиенты могли отследить свою партию груза, посмотреть, где она находится в конкретное время и когда прибудет на место. Клиентам импонировало, что кто-то занимается их сырьем. К ним полистирол приходил прямо на склад. Они оплачивали груз по факту, никакого аванса мы с них не требовали.

Когда бизнес у нас стал набирать обороты, мы договорились с банком, взяли кредит. Соответственно, договорились с зарубежным поставщиком, чтобы получить эксклюзивные права на поставки. Со временем наш поставщик предоставил

нам кредитную линию. Мы могли пользоваться кредитными средствами в течение длительных периодов. Сначала у нас кредит был на миллион долларов, потом – на 1,5 и 2 миллиона. В России получить такие средства было тогда невозможно. Это нам здорово помогло.

– С какими сложностями пришлось столкнуться?

– Сложности бывают периодически. Например, когда случается кризис, компании закрываются, уходят с рынка. Такая ситуация сложилась в 2008 году. Мы думали, что придется сворачиваться. 90% компаний тогда закрылось. А у нас был товар, который находился в пути, цена на нефть упала сразу на 40%... Неопределенность длилась 5-6 месяцев. Но мы все-таки решили остаться на рынке и

О КОМПАНИИ
«СОЛТЕКС ГРУПП»





Россияне как кокос: снаружи кажутся твердыми, а внутри, если с ними познакомиться, — «мягкие и сладкие».

поддержать своих клиентов. В то тяжелое время мы продолжали поставлять им сырье. И они выстояли, в течение двух лет рынок восстановился и нам отдали все долги.

– А как сегодня? Бизнес рас-теп?

– Да, несмотря на санкции и кризис. В прошлом году мы приобрели компанию «Тотал Ультрамар» в Дубае (ОАЭ), выкупили 100% акций мини-нефтеперерабатывающего завода в Красноярске. Из-за кризиса там было приостановлено производство. Мы завод переоборудовали, оснастили его видеонаблюдением и запустили, увеличив мощности в два раза. Выпускаем дизельное топливо, бензин, мазут. Что касается топлива, то организация его сбыта вообще не проблема.

– Вы много времени проводите в командировках?

– Нет. Зачем? У меня и в Дубае, и в Красноярске надежные партнеры. Они там и занимаются управлением.

– Сколько сотрудников в «Сол-текс Групп» и каковы их зарплаты?

– У нас работают 52 человека, включая сотрудников Красноярского НПЗ, где занято 36 человек. Также у нас есть офис в Рязани.

Что касается зарплат, то наши сотрудники получают от 40 до 180 тысяч рублей в месяц.

– Посоветуете ли вы ино-странцам ехать в Россию и заниматься тут бизнесом?

– Конечно! Именно сейчас самое время начинать в России свой бизнес. Кризис-то тут не общемировой. Он направлен только против России. Поэтому много ниш для бизнеса существует, немало сильных игроков ушло с рынка не по экономическим соображениям. Появился уникальный шанс.

Одно из самых перспективных направлений сейчас – нефтегазовый сектор. Но в крупный бизнес здесь войти очень сложно. Я бы советовал обратить внимание на средний биз-

Сегодня открываются очень большие перспективы для бизнеса в Крыму.





Надо бы создать специальную структуру, которая занималась бы сопровождением иностранного бизнеса в России.

нес в этой сфере, чем мы, собственно, и занимаемся. Это мини-НПЗ, базовые масла, какие-то присадки.

После введения Западом санкций и принятия антисанкционных мер со стороны России я вижу большие перспективы и в аграрном секторе. Здесь, опять же, не стоит нацеливаться на импорт. Нужно найти регион, где можно взять землю в аренду, и начинать выращивать востребованную рынком продукцию, реализуя ее на рынках СНГ. Можно отправлять продукцию и на экспорт.

Даже мы сейчас нашли несколько интересных в этом плане направлений. Например, отправили в Индию из Крыма пробную партию кориандра. В России эту пряность называют кинзой. Ее измельченные в порошок семена широко используются в кулинарии. И притом что Индия самый крупный поставщик специй в мире, мы надеемся на успех. Ведь в Индии живет 1,5 миллиарда человек. И случаются засухи. Так что надо ловить момент.

Хочу подчеркнуть, что именно сегодня открываются очень большие

перспективы бизнеса в Крыму. Я не так давно вернулся с полуострова. Мы там встречались с местной администрацией. У нас в планах открыть и там компанию. Инвесторам в Крыму предоставляют налоговые льготы. И мы думаем освоить два новых направления: производство эфирных масел и поставки в Крым текстиля с открытием там швейного производства.

– Насколько совершенна система налогообложения в России?

– Ни одна страна в мире не может заявить, что у нее совершенная фискальная система. Что касается России, то за последние лет 10 эта система здесь достаточно усовершенствовалась. Многие очень боятся налога на добавочную стоимость (НДС). Зачастую величина налога получается завышенной. Но теперь после того, как вы выясняете, что НДС был выплачен с излишком, разницу легко вернуть. Это большой плюс. В других странах обратно получить из бюджета какую-то выплату довольно проблематично.

Я серьезно подумываю о том, чтобы купить в Москве квартиру.





Я бы советовал любому иностранцу, начинающему бизнес в России, обязательно брать в штат консультанта, местного специалиста, который хорошо разбирается в системе налогообложения и тесно работает с налоговой инспекцией.

– А сложно сейчас в России найти помещение под офис?

– Совсем нет. Нужную площадь можно арендовать и за 50 тысяч ру-

блей в месяц, и за 200. Все зависит от ваших притязаний.

– Россия для вас дружественная страна?

– Образ России в мире надо менять. Россияне как кокос: снаружи кажутся очень твердыми, но внутри – стоит с ними поближе познакомиться, «снять скорлупу» – они «мягкие и сладкие». Нужно время, чтобы их узнать. Нужно больше про-

россиян писать. Молодежи из России надо больше путешествовать, общаться со своими сверстниками из других стран. Надо миру открывать другую, настоящую, истинную Россию...

– Что у вас в планах на будущее?

– Мы хотим расти, сделать рынок, занять новые позиции. Потому

правлениям. Первое касается государственного сектора. Чтобы показать детально, как принять участие в тендере, как подготовить нужную документацию и что нужно сделать, чтобы тендер выиграть. А второе направление касается частного сектора, малого и среднего бизнеса.

Помимо традиционно успешного сотрудничества в военно-техниче-

Несмотря на санкции и кризис, мой бизнес в России постепенно и неуклонно растет.

что потом это будет сложней. Также в планах помочь бизнесменам из Индии обосновываться на российском рынке. Пока российско-индийский рынок оставляет желать лучшего, его оборот всего 8 миллиардов долларов. Ситуацию надо исправлять. На мой взгляд, надо создать специальную структуру, которая занималась бы сопровождением иностранного бизнеса в России. Бизнесмены наших стран должны встречаться, обмениваться информацией. Я хочу помочь обеим сторонам. У нас есть два офиса – в Дели и в Мумбае. И я хочу подключить своих специалистов. По двум на-

ской сфере мы могли бы увеличить торговлю и инвестиции в таких отраслях, как энергетика, переработка углеводородов, строительство автомобильных и железных дорог, производство автокомпонентов, фармацевтических препаратов, алмазная отрасль, туризм и пищевая промышленность.

Я за это сотрудничество болею всей душой.

– У вас успешный бизнес в России. А как вам тут живется?

– Я живу в России уже 25 лет. Сюда привез жену, здесь растут мои сын и дочь. Мне нравится.



Именно сейчас самое время начинать в России свой бизнес.

– Есть ли у вас любимые места отдыха в Москве?

– Конечно. В выходные мы с семьей любим бывать в музее-заповеднике «Царицыно». Выезжаем в национальный парк «Завидово», где очень живописная природа. И я серьезно подумываю, не купить ли мне в Москве квартиру. Раньше я считал, что выгоднее снимать. Как бизнесмен, я просчитываю любую инвестицию. Поэтому предпочитал, чтобы деньги крутились в бизнесе и давали доход. Но сейчас, учитывая соотношение доллара к рублю, наступил момент, когда стоит подумать о покупке. Если попадется нужный вариант, может, и куплю.

– Какие подарки везете из России родным и знакомым в Индию и наоборот – из Индии в Москву?

– Вы не поверите! Но в Индию я везу самый обычный ржаной черный хлеб «Бородинский». Тот, корочка которого обсыпана кориандром. А еще торт «Наполеон». А обратно, помимо чая, стараюсь захватить что-то новенькое – например эфирные масла. ■

BIGMOSCOW

Журнал о том, как иностранцу делать
свой малый или средний бизнес в Москве.

**Издается
при поддержке Департамента
внешнеэкономических и международных связей города Москвы**

Свидетельство о регистрации СМИ Эл № ФС77-52596 от 25 января 2013 г.

Объединенная редакция «BIGRUSSIA – Business Investment Guide to Russia»

Главный редактор Наиль Гафутулин

Заместитель главного редактора Валерий Дробот

Редакторы Леонид Соколов, Екатерина Колосова, Александр Пигарев

Выпускающие редакторы Владимир Мохов и Станислав Комаров

Ведущий дизайнер Мария Ландерс

Редакторы-переводчики английской версии

Jack Doughty, David Tugwell и Jason J Shaw

Редактор-переводчик немецкой версии Helga Schulze-Neufeld

Редактор-переводчик китайской версии 张政

Директор по развитию Артем Бринь

Адрес редакции

140180, Россия, Московская область, город Жуковский,

ул. Амет-хан Султана, дом 15, кор. 2, к. 4

Телефон (495) 741-15-37

www.bigrussia.org

magazine@bigrussia.org

Ссылка в **App Store**

на английскую и немецкую
версии



Ссылка в **Google Play**

на английскую и немецкую
версии