

BIG MOSCOW

ЕЛЬ – ИЮНЬ 2015 | DIGITAL MAGAZINE

РУССКАЯ ВЕРСИЯ

Против
ветра идти
интереснее



Бизнес при санкциях

Американец

Родзянко

Насколько подешевели
российские активы

Голландец

Рюттен

Кому облегчить
налоговое бремя

Китаец

Цзуньлунь

Зачем Москве
утка по-пекински

Содержание

BIGMOSCOW

апрель – июнь

2015

ПЕРСОНА



Против ветра

Глава Американской торговой палаты в России **Алексис Родзянко**

рекомендует внимательно следить за экономической политикой внутри России и привыкать вести бизнес в условиях санкций.

5

Хотите открыть бизнес в Москве?

5 советов от Алексиса Родзянко

ЛИЧНЫЙ ОПЫТ



Налоговая политика

Основатель компании *Taxperience* голландец **Эрнстьянн Рюттен**

знает, как оптимизировать российские налоги, и его западным клиентам это очень помогает



Утка по-пекински

Открыв в Москве ресторан «Старый Пекин», китаец **Ли Цзунь-лунь** познакомил, наконец, москвичей с аутентичной китайской кухней



Индийское лето

Благодаря московской компании *Veda Travel*, основанной индусом **Сандживом Кумаром Чоудхари**, россияне могут загорать на пляже среди зимы, а индусы — увидеть настоящий снег

СОБЫТИЕ



Точный расчет

Невзирая на кризис вице-президент *ORIS GROUP* швейцарец **Рольф Штудер** открывает первый монобрендовый бутик в Москве, и это только начало

НА РАБОТУ В МОСКВУ





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 аннонсами, указанием авторов.

6 Панель быстрой навигации

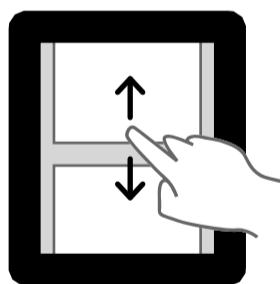
Быстрый переход по страницам издания.

7 Social Sharing

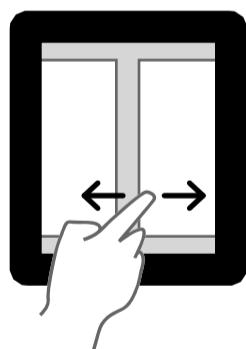
Делитесь интересными материалами с друзьями!

8 Закладки

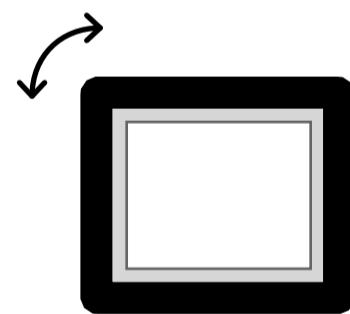
Добавляйте понравившиеся материалы в закладки.



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

ПЕРСОНА

Против ветра

*Глава Американской
торговой палаты в России*

Алексис Родзянко
*советует не упускать
уникальные возможности
нынешнего кризиса*

ТЕКСТ: ВЛАДИМИР МОХОВ | ФОТО: ФРАНЧЕСКО РОССИНИ



В период, когда отношения Москвы и Вашингтона называют чуть ли не новой холодной войной, Американская торговая палата в России (American Chamber of Commerce in Russia, AmCham) вовсе не чувствует себя на осадном положении. Ее президент, американец русского происхождения, Алексис Родзянко, говорит, скорее, о более вежливом отношении со стороны россиян и даже о сочувствии.

— Господин Родзянко, в России снова кризис. Политическая напряженность в отношениях с Западом сохраняется. Немудрено, что и западные бизнесмены озадачены: время ли вкладывать в Россию? Не станет ли бизнес заложником политики? Может, и AmCham в Москве уже взяли в ежовы рукавицы, пытаясь отыграться за все сложности в отношениях с Соединенными Штатами?

— У кризиса, как и у монеты, есть две стороны. С одной стороны — обмен санкциями, охлаждение отношений. С другой — эффект санкций и особенно эффект цены на нефть очень сильно опустил курс рубля. Политика Федеральной резервной системы США укрепляет доллар и

ослабляет евро. В результате доллар стал очень сильной валютой. Что это значит? То, что всё в России подешевело.

В том числе инвестиции. За доллар здесь можно купить гораздо больше, чем год или два назад. А это серьезный стимул к инвести-

ОБ АЛЕКСИСЕ
РОДЗЯНКО



рованию. Как учат в бизнес-школах, когда дешево — покупай, когда дорого — продавай. Или покупай дешево, продавай дорого. Это фундаментальная логика бизнеса, и применительно к России она сейчас особенно фундаментальна. Основной стимул к бизнесу — это необходимость

прокормить свою семью. Хороший бизнес означает «делать что-то нужное для людей» и получать за это справедливое вознаграждение, которое выражается в марже. А маржа зависит от разницы между ценой производства и ценой сбыта — нужно, чтобы первая была меньше второй. Так вот, в России сложилась уникальная ситуация, когда в очень короткий срок для потенциальных инвесторов все стало гораздо дешевле. И маржа здесь может быть очень приличная.

Да, риторика вокруг России со стороны Запада ужесточилась. Она не вдохновляет на инвестирование. В той же Америке бизнесменам никто не советует лететь в Москву, везти сюда новые технологии, налаживать производство. Но холодный расчет говорит об обратном. О том, что сейчас это очень выгодно. И если ты не воспользуешься моментом, им воспользуется кто-то другой.



Важно следить и за тем, как ведут себя российские власти. Это я к тому, не отыгрываются ли они на AmCham. Ничего подобного! Я не почувствовал за это время никаких негативных перемен. Наоборот, с их стороны заметно более вежливое отношение, даже некое сочувствие в связи с тем, что Палата попала в такую непростую ситуацию, причем созданную отнюдь не нами. Такое понимание есть со стороны как российского, так и американского правительства. К нам относятся сейчас примерно

В России сложилась уникальная ситуация, когда в очень короткий срок для потенциальных инвесторов все стало гораздо дешевле.



**К нам относятся сейчас
примерно так, как во время войны —
к представителям Красного Креста.**

так, как во время войны — к представителям Красного Креста.

— То есть понимают, что вы стали заложниками ситуации?

— Да, понимают. Но AmCham даже в эти напряженные времена играет важную роль, поддерживая положительные, конструктивные связи.

— Но пропаганда делает свое дело! И когда в уши потенциальных зарубежных инвесторов вливается поток негативной информации о России, надо иметь смелость, чтобы идти против этого потока.

— Да, это так. И кто-то к этому, конечно, прислушивается. Но если бы инвесторы принимали во внимание только то, что говорится и делается сейчас, никто и никогда не инвестировал бы умно. А умно инвестировать — против ветра, а не наоборот! По ветру идти легко, а против ветра — интересней.

— И все же это значит рисковать. Оправдан ли такой риск в условиях финансовой турбулентности, снижения инвестиционных рейтингов России, покупательной способности россиян?

— Да, риски высоки. Но рост и падение экономики — вещь цикличная. Как и изменение цены на нефть. В этом кризисе Россия свой громадный потенциал не потеряла. Остались люди, природные и интеллектуальные ресурсы. Все это есть. А самое главное — есть огромная неудовлетворенная потребность в развитии самых разных сфер, от наукоемких до бытовых. Сейчас такая стадия цикла, завтра она будет другой. Все бизнесмены, имеющие хоть какой-то опыт, это знают. Я бы посоветовал внимательно следить за экономической политикой внутри России: какие гарантии предоставляют здесь инвесторам, насколько просто вести бизнес. Это имеет гораздо большее значение в долгосрочной перспективе.

Мы всем говорим — ни в коем случае не сворачивайте свою деятельность. Нужно перетерпеть.





A black and white portrait of Alexis Rodzянко, a middle-aged man with grey hair and glasses, wearing a dark suit and patterned tie. He is smiling and looking slightly to the side. A pen is visible in his pocket.

**По ветру идти легко, а против ветра —
интересней.**

— Можно ли сегодня сказать, что Россия не только разворачивается в сторону азиатских партнеров, не только активно занимается импортозамещением, но и по-прежнему ждет западных инвесторов?

— Я не стал бы делить инвесторов на западных или восточных. Есть инвесторы и есть деньги. Лучше привлекать тех инвесторов, у которых есть не только деньги, но и высокие технологии. Такие инвестиции чаще дают положительный эффект. Но привлекать и поддерживать надо любые инвестиции — российские, китайские, американские, европейские. При наличии хорошего инвестиционного климата все инвесторы повернутся лицом к России. А именно это и нужно.

— Каков этот климат сегодня?

— Однозначно не ответить. Некоторые шаги российского правительства явно направлены на его улучшение, некоторые — нет. Внутри России в этом плане наблюдается некий эффект тяни-толкая, то есть ситуация, когда одновременно присутствуют несколько тенденций. Поэтому очень важно, как все будет решаться в перспективе.

Члены AmCham, к примеру, не в восторге от изменений, предлагаемых в российский закон о персональных данных. Их принятие приведет к значительному удороожанию стоимости ведения бизнеса в России для иностранных компаний и сделает менее интересными инвестиции здесь. Да, потенциально это может прибавить безопасности, но кого-то из иностранных инвесторов это способно отпуг-

Я бы посоветовал внимательно следить за экономической политикой внутри России.





нуть. Аналогичные законопроекты рассматривались в Китае и Индии, но там отказались от этих идей. Бизнесмены считают, что из-за принятия таких жестких законов экономическая эффективность высокотехнологичных компаний, компаний, связанных с Интернетом, резко снизится. Я понимаю оправданный интерес к защите персональных данных в России, но, на мой взгляд, надо решать этот вопрос так, чтобы не отпугивать инвесторов. То есть не делать

собственную страну неконкурентоспособной в международном пространстве.

— Кто-то из членов AmCham уже свернул свою деятельность в России?

— Возможно, кто-то из малых предпринимателей и вышел из игры, но крупные компании, которые составляют костяк Палаты, остались в России. Конечно, они думают сейчас о том, как вести бизнес дальше, как не навредить

своим перспективам на российском рынке. Мы всем говорим — ни в коем случае не сворачивайте свою деятельность. Нужно перетерпеть и тем самым продемонстрировать свою надежность клиентам и контрагентам. Компаниям, в том числе государственным, индивидуальным покупателям, широкой российской публике нужен сигнал, что мы здесь не просто так. Мы остаемся в этой стране и в хорошие для нее времена, и в худые. Это очень важно.

веты, направленные на улучшение инвестиционного климата, обязательно нужно до них доносить. Вежливо, но настойчиво.

— Итак, Россия подешевела. Есть смысл покупать. Но что покупать? Какие вложения наиболее перспективны?

— К примеру, сильно подешевели российские нефтяные компании, потому что упала цена на нефть. Надо анализировать, на-

**Если вы инвестируете в страну
в трудный для нее момент, то в будущем
это вспомнят и оценят.**

Второе — нужно смотреть на свой бизнес не с сиюминутной перспективой, а с прицелом на завтра. И если вы инвестируете в страну в трудный для нее момент, то в будущем это вспомнят и оценят. Это тоже весомый фактор. И, наконец, надо не забывать, что раз уж ваш бизнес в России, то и жить нужно здесь же. И нужно активно, в том числе через нашу Палату, работать с правительством, с теми, кто регулирует здесь бизнес, кто занимается законотворчеством. И свои со-

сколько выгодно именно сейчас покупать акции этих компаний. И если цена действительно достигла дна, такие вложения более чем оправданы. Может быть, есть смысл инвестировать в российскую валюту, российскую банковскую систему, государственные облигации России. Рубль гораздо сильнее привязан к цене на нефть, нежели к санкциям, применяемым к России. И пока он слаб, пока не выросла цена на нефть, эти инвестиции могут быть интересны. Го-



довой доход от рублевых вложений в российских банках составляет порядка 15 %. А в некоторых банках можно получить даже больше. По долларовым вкладам на Западе вы получите 0,25 процента годовых. То есть дохода фактически не будет. И если курс рубля стабилизировался, а ставка такая высокая, почему не подумать о таких инвестициях? Это, по сути, «конъюнктура момента», но ею тоже можно воспользоваться. А после рыночных показателей начнут действовать показатели экономические, хоть и с некоторым отставанием. Поэтому первое, на что надо сегодня смотреть, это ликвидные активы, которые сильно подешевели.

— А если говорить о прямых инвестициях, о реальном секторе экономики?

— Реальный сектор будетправляться с опозданием — после того как рыночные показатели поменяются. Поэтому нужно смотреть на то, что быстрее реагирует на изменение ситуации, напри-

мер, на недвижимость. В Москве она подешевела достаточно сильно. И недвижимость тоже очень чувствительна к циклу. Например, AmCham заключила договор об аренде офиса в центре Москвы до конца 2015 года. Нам нужно принимать решение — оставаться в прежнем офисе или переезжать. Раньше аренда офисов такого уровня, как у нас, стоила достаточно дорого. Однако нынешняя цена на рынке существенно отличается, и у нас есть потенциал использовать эту возможность. Так что если у кого-то есть свободные деньги, можно купить хорошего качества здание по цене гораздо более низкой, нежели год или два назад. Завтра эта цена, по всей вероятности, будет выше.

— Перед международными компаниями, которые уже работают в России, в новых условиях неминуемо встает вопрос локализации производства здесь. Насколько это

Первое, на что надо сегодня смотреть, это ликвидные активы, которые сильно подешевели.



выгодно и интересно потенциальным иностранным инвесторам?

— Российский рынок очень большой и очень интересный для бизнеса. Это скажет любой член нашей Палаты. Но как международной компании быть успешной в России и как отвечать на озабоченность российских властей вопросами устойчивости получения услуг и технологий со стороны? В России рассуждают примерно

Самый яркий пример — McDonald's. Эта очень американская по своему имиджу компания, но по факту она давно локализовалась в России. Она оказывает здесь высоко востребованные услуги, платит много налогов, создает много рабочих мест. Большая доля того, что McDonald's продает в России, производится непосредственно здесь. Юридически российский McDonald's не связан со Штатами, у них лишь есть соглашение по брендингу, в соот-

Ни в Германии, ни в Америке, ни во Франции, ни в России нет такого производства, которое внутри себя делает всё.

так: эта компания здесь нужна, ее технологии хороши и услуги вос требованы, но есть риск, что по звонку из какой-то столицы им просто запретят у нас работать. И в ответ на эту озабоченность и этот риск — даже если он призрачный — многие международные компании локализуют свой бизнес в России. Это значит, что юридически и экономически они становятся самостоятельными на российском рынке.

ветствии с которым российский McDonald's платит головной американской компании некую ренту.

— Помнится, в прошлом году некоторые из ресторанов сети McDonald's в России были закрыты под предлогом нарушения санитарных норм. Многие расценили это чуть ли не как политическую атаку.

— Это больше похоже на символическую публичную порку. Если



бы это на самом деле была атака, Россия нанесла бы ущерб прежде всего себе самой. Налоги, поступающие в ее бюджет от McDonald's, заставляют забыть о политической подоплеке, даже если она была. Наиболее показательное — это поведение самой компании McDonald's, которая, несмотря на происходящее, продолжает инвестировать в Россию и расширять свою сеть ресторанов. В 2015 году компания планирует открыть еще

жет создать спрос на российского специалиста. И не только в самой России. Хотя любой экспат, которого привозят за границу, обзаводится квартирой, автомобилем, у него появляются дополнительные расходы, которые обычно компенсируются компанией. Поэтому даже при одинаковых зарплатах местный специалист всегда обходится дешевле, чем экспат.

Поколение новых менеджеров здесь выросло потому, что Россия открыла себя миру. Дала своему

Надо учиться вести бизнес при санкциях. Международные компании, которые уже работают в России, хорошо это понимают.

около 50 новых предприятий, что позволит создать примерно 7 000 новых рабочих мест.

— В последние годы в России выросло поколение менеджеров, которые способны работать не хуже зарубежных коллег. Но поскольку зарплата у них в рублях, получается, они тоже подешевели?

— Да, и инвесторам это тоже надо учитывать. Этот фактор мо-

населению возможность путешествовать, учиться, работать за границей, чего не было в СССР. Благодаря такой политике удалось получить целое поколение менеджеров, которые всюду чувствуют себя уверенно и могут работать не хуже своих коллег за рубежом. Важно не потерять все это.

— В России взят курс на импортозамещение. Могут ли воспользоваться этим трен-

дом иностранные инвесторы, предложив российским властям более высокие темпы локализации производства на их территории?

— Вполне. Чтобы производить в России конкурентоспособную продукцию, не уступающую по качеству мировым аналогам, нужны технологии и оборудование, которые покупаются в том числе за границей. Но ни в Германии, ни в Америке, ни во Франции, ни в России нет такого производства, которое внутри себя делает всё. Какие-то комплектующие, какое-то сырье они получают извне. В России сейчас активно развивается сельское хозяйство. Однако чтобы производить нужные сорта зерна, требуются хорошие семена, которые в России не производят. Не купишь их — будешь производить второй сорт. Это лишь один пример. Я уверен, что практически в каждой сфере есть такие составляющие. Кстати, у России тоже есть уникальные технологии и материалы, без которых, например, тот же Boeing не может строить свои самолеты.

— А как же пресловутые санкции?

— Надо учиться вести бизнес при санкциях. Международные компа-

нии, которые уже работают в России, хорошо это понимают. Самая трудная минута — когда санкции только объявляют, и непонятно, что они значат, что ограничивают и что разрешают. Как известно, бизнес любит устойчивые правила игры. Но если в одной части поля игру ограничили, ничего страшного — можно играть в той его части, где разрешено. Возьмем хотя бы торговый оборот между США и Россией. В прошлом году вместо того чтобы упасть из-за введения санкций, он вырос больше чем на пять процентов. То есть торговать можно и в условиях санкций. И этой возможностью надо пользоваться.

— Памятуя о цикличности экономического развития, надо полагать, когда-то кризис закончится и начнется рост. В том числе в России, где все условия для этого есть.

— Поэтому важно не потерять те возможности, которые предоставляются подобным кризисом. Тот, кто способен это понять и объяснить руководству или владельцам бизнеса, потенциально выигрывает. Об этом всегда надо помнить и пользоваться моментом. ■



Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
на facebook.com



СОВЕТОВ ОТ
АЛЕКСИСА РОДЗЯНКО

ДЛЯ ТЕХ, КТО ХОЧЕТ ОТКРЫТЬ

БИЗНЕС В МОСКВЕ



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

ПОМНИТЕ,
ЧТО РОССИЙСКО-
АМЕРИКАНСКИЕ
ОТНОШЕНИЯ – ДЕЛО
ДОЛГОСРОЧНОЕ
И СТРАТЕГИЧЕСКИ
ВАЖНОЕ.

Всегда плохими они не будут.



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.



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.

ЛИЧНЫЙ ОПЫТ



**Голландец
Рюттен
поможет
даже малому
бизнесу
облегчить
налоговое
бремя**



**Китаец
Цзуньлунь
накормит
москвичей
и гостей
столицы
настоящими
деликатесами
из Поднебесной**



**Индиец
Чоудхари
и посреди
зимы
организует
российским
отдыхающим
жаркое лето**

Голландец
Эрнстьян Рюттен
помогает европейцам
пробираться
сквозь тернии
российских законов

Налоговая политика

ТЕКСТ: ЕВГЕНИЙ ВЛАДИМИРОВ | ФОТО: ЕВГЕНИЙ ДУДИН



TAXPERIENCE
TAX LAWYERS

В Москву он приехал почти десять лет назад. Теперь он глава московского офиса созданной им же компании Taxperience. Когда спрашиваешь о его планах на будущее, он говорит так: «На ближайшие лет двадцать мне хватит дел здесь. А там посмотрим». О том, как вести консалтерский бизнес в Москве, корреспонденту журнала BIGMOSCOW рассказывает голландский предприниматель Эрнстьян Рюттен.

ПРИВЫКАЕШЬ ВСЕ СЧИТАТЬ В РУБЛЯХ

Профессию Рюттен выбрал, когда ему было 15 лет. В 1996-м, окончив университет, начал карьеру в компании Andersen, одной из крупнейших консалтинговых фирм мира. Но через несколько лет она разорилась.

— Я тут ни при чем, — смеется Эрнстьян и мотает головой. — Получилось так, что обанкротился один из крупнейших клиентов, компания Enron. Инвесторы предъявили претензии, сказали, что аудиторы должны были знать о проблемах и предупредить общественность. Подали в суд. Разбирательство закончилось в нашу пользу: суд постановил, что вины нашей компа-

нии нет. Но было поздно. Доверие к компании было подорвано, клиентская база развалилась. Я перешел в Ernst & Young, и через несколько лет меня пригласили работать в московском офисе.

— *А до того вас что-нибудь связывало с Россией?*

— Абсолютно ничего. Ни о вашей стране, ни о Москве я ничего не знал. Это был 2006 год, экономика России росла как на дрожжах. В московский офис требовались со-

трудники, и руководство настаивало. Мне устроили ознакомительную поездку, и я просто влюбился в эту страну. Здесь я сразу познакомился с двумя русскими коллегами,



... *Об Эрнстяне
Рюттене*



которые до сих пор остаются моими лучшими друзьями. Тогда они проявили чудеса гостеприимства: мы съездили в Карелию, где каталась на снегоходах. Побывали в Сочи, где есть и море, и горные лыжи. Когда я вернулся, то сразу дал согласие. Уже через пять недель после первого разговора о возможном переезде я обосновывался в Москве. Поначалу, конечно, было тяжело. Ведь даже надписи на указателях я не мог разо-

брать. Но меня окружали прекрасные люди, они как могли помогали мне. И в конце концов я освоился. Здесь есть свои недостатки. Автомобильные пробки, дороговизна жизни. Но это огромный город, он живет круглые сутки. А буквально в двух часах езды такая природа, что глаз не оторвешь.

— *Неужели жизнь в Москве дороже, чем в том же Амстердаме?*

— Что-то дороже раза в два. Например, недвижимость. Или еда в ресторанах. В остальном же если мыслить в европейской валюте, то здесь не очень дорого. Но постепенно привыкаешь все считать в рублях, и тогда цены кажутся просто запредельными. Впрочем, дороговизна — это проблема любого большого мегаполиса.

ОДИН В ВОСЬМИ МЕТРАХ

— Ваш бизнес обслуживает российские компании, выходящие на европейский рынок? Или наоборот — иностранцев, открывающих бизнес в России?

— Сейчас около 75 % наших клиентов — это иностранные компании. Когда я только приехал сюда, было как раз наоборот, мы обслуживали только российские фирмы, выходящие на международный рынок. Но в кризис 2008 года наши клиенты принялись сворачивать зарубежные проекты. Был момент, когда мне было просто нечего делать. И я начал искать иностранных клиентов,

заинтересованных в российском рынке. Таких оказалось немало. И в итоге я сделал то, о чем всегда мечтал: открыл собственную консалтинговую фирму.

— Как же вы решились конкурировать с китами индустрии?

— Я им не конкурент. Дело в том, что крупные консалтинговые компании обычно находят проблему в бизнесе клиента и предлагают решение. То есть изучают ситуацию и пишут отчет — ничего больше. А очень часто процесс выполнения этих рекомендаций тоже требует контроля, сопровождения. Нужно на каждом этапе смотреть, что получается и в чем причина того, что не получается. Нужно держать руку на пульсе. Громадные консалтинговые фирмы обеспечивают такое сопровождение редко, только в особых случаях. К тому же позволить себе обратиться к ним могут только очень большие корпорации, потому что это дорого. Но есть масса фирм поменьше, которым налоговые консультации тоже нужны. Так что если

Я сделал то, о чем всегда мечтал: открыл собственную консалтинговую фирму.





**В России для небольших компаний налоговое
бремя неизмеримо меньше, чем во всех
европейских странах.**

раньше моими клиентами были производители самолетов, то теперь это логистические и транспортные фирмы, ИТ-компании и другие. Мы сотрудничаем с ними постоянно, на связывают и деловые, и дружеские отношения.

— Насколько трудно создать собственную компанию в России?

— Совсем не трудно. На регистрацию ушло около месяца. Правда, я оформил московский филиал не как российскую, а как филиал голландской компании.

— Это такая налоговая лазейка?

— Ни в коем случае, просто так мне показалось удобнее. Российская фирма или филиал иностранной — с точки зрения налогов особой разницы нет. Если предполагается, что из России и в нее через границу будут идти большие финансовые потоки, то удобнее зарегистрировать филиал. Но если речь идет об экспорте-импорте или о деятельности, на которую в России требуется лицензия, то без российского юридического лица никак не обойтись.

Мнение



Алена Сосновская,
ведущий консультант
компании *Excit group*



В последние годы несмотря на кризис в России все больше молодых, быстрых бизнесменов-стартаперов. Они что-то «мутят», это их личное определение, но очень мало кто из них задумывается о налогах. Нет, не то чтобы они не хотели их платить, они просто не думают! Это как раз тот клиент, который, возможно, уже завтра обратится за услугами к налоговому консультанту. И это совершенно отдельная, на мой взгляд, ниша.

У нее есть особенности и сложности. К сожалению, основная масса запросов возника-





— И все же создание фирмы — это не только регистрация. Нужно снять офис, нанять людей, найти клиентов.

— Признаюсь, у меня были клиенты, с которыми я сотрудничал в Ernst & Young. И поначалу я работал один, снимал 8-метровую комнатку в офисном центре, где давали все необходимое для таких же одиночек. Предоставляли и секретарей, которые весь день отвечали на звонки, и помещения для переговоров. Конечно, неудобно было принимать в той каморке клиентов. Меня спаса-

ло то, что обычно руководители компаний не любят ездить по пробкам на переговоры. Они говорили: «Приезжайте к нам». И я с удовольствием ехал. Где-то через год я перебрался в другой офис. Фирма росла, нужно было нанимать сотрудников. Одному в том бизнес-центре было хорошо, но цена метра офисной площади за счет дополнительных услуг раза в два выше, чем в среднем на рынке. Так что когда друзья помогли мне найти новое помещение, я с удовольствием сменил дислокацию.

— А снять офисное помещение такая проблема, что требуется помочь друзей?

— Не то чтобы это сложно, но почему-то в Москве на это уходило много времени и сил. Так было несколько лет назад. Сейчас офисных площадей много, даже цены падают. А тогда... Вроде договорился, едешь по пробкам... Пока доехал, его уже сняли.

— Вы заговорили о наборе сотрудников. Как здесь с этим? Сколько стоят профессионалы в вашей области, насколько они квалифицированы?

— Обычно я искал людей через знакомых. Хотелось, чтобы ключевые люди были из тех, кому можно доверять. А средний персонал пару раз искали через рекрутинговые агентства. Квалификация всех наших людей достаточно высокая, мы просто не можем позволить себе иного. Но вот что я заметил: персонал среднего уровня в России обходится работодателю значительно дешевле, чем в Европе. А руководителей высшего звена, настоящих профессионалов, здесь задешево не купишь. Им придется платить даже больше, чем в той же Голландии.

Эксперт



Сергей Елин,
руководитель
аудиторско-
консалтинговой
группы «АИП»



Особняком на рынке консалтинговых услуг стоят компании большой четверки: Deloitte Touche Tohmatsu, PricewaterhouseCoopers, Ernst&Young, KPMG. Они собирают основной объем выручки. С ними работает крупный бизнес. Далеко не всегда компании большой четверки оказывают более качественные услуги, однако в первую очередь речь идет о продаже своего бренда. Есть некий стереотип среди крупного бизнеса «не пристало работать с компаниями второго эшелона», не говоря уже о малых компаниях,





РАСХОДЫ НУЖНО ДОКАЗАТЬ

— Давайте поговорим о налогах. Представим, что есть парень, торгующий газировкой на Тверской улице в Москве. И есть такой же парень в «квартале красных фонарей» в Амстердаме. Кто будет платить налогов больше?

— Думаю, ни тот, ни другой не будет платить никаких налогов. Но если серьезно, то в России для небольших компаний налоговое бремя неизмеримо меньше, чем во всех европейских странах. Там ставка от 30 до 50 %. А здесь от 6 %. Для компаний покрупнее условия немного

выравниваются. Корпоративный налог здесь где-то 20–23 %, а там — 25–30 %. Другие платежи примерно одинаковые. Крупным компаниям в Европе приходится платить в бюджет чуть-чуть больше, нежели российским.

— В чем различия в налоговых законах в России и в Европе?

— В целом системы похожи. Но особенности есть, и существенные. В России нужно отчислять средства по разным адресам, включая пенсионный фонд, социальное страхование и так далее. В Европе вроде бы такие же платежи, но там ты пла-

тишь в два-три места, и все. А здесь таких мест шесть или семь. В Голландии, когда работник уходит в оплачиваемый отпуск, ему просто начисляют ту же зарплату, которую он получает. А здесь нужно рассчитать рабочие дни по одной ставке, выходные — по другой. Результат часто получается один и тот же, но в России для его достижения нужно приложить куда больше усилий.

Или возьмем вот эту чашку, из которой вы пьете кофе. Мне нужно

— То есть тем, кто готовится вести бизнес в России, нужно быть готовым к ежедневным налоговым подвигам.

— На самом деле все не так сложно. Нужно понять, что в отличие от европейских стран, налоговое законодательство здесь очень формализовано. На Западе достаточно послать документы в налоговую по электронной почте. А в России следует обязательно проштамповать печать и отвезти бумагу. Но если вникнуть в эти фор-

Если раньше моими клиентами были производители самолетов, то теперь это логистические и транспортные фирмы, ИТ-компании и другие.

здраво потрудиться, чтобы доказать: она нужна мне для бизнеса, ее стоимость нужно исключить из налоговой базы. Дома с этим нет проблем: все, что куплено для офиса, автоматически включается в расходы фирмы. А доказывать обоснованность трат нужно только когда ты купил, например, «Феррари». Здесь же нужно подтверждать необходимость для бизнеса каждой покупки, будь то оргтехника или бензин для служебной машины.

мальности и выполнять все требования строго, по пунктам, то никаких проблем не возникает. Все страшные истории о российских налоговиках, которые якобы вымогают взятки или, как здесь говорят, «кошмарят» бизнес, рождаются из ошибок или сознательного невыполнения требований. Да, если документы неправильно оформлены — штраф, с этим здесь не церемонятся. Но если нарушений нет, никто не будет вас наказывать или вымогать деньги.





**Уже через пять недель после первого
разговора о возможном переезде
я обосновывался в Москве.**

— С какими проблемами чаще всего к вам обращаются клиенты?

— Ну, например, совместить российские налоговые правила и компьютерную систему, установленную в сети какой-нибудь немецкой фирмы. Или помочь оптимизировать налоговые платежи. В любом случае к нам обращаются для того, чтобы снизить платежи. Скажем, в России при экспортных операциях посредник, чтобы требовать возврата налога на добавленную стоимость, должен стать собственником товара. Многие западные компании не

знают этого и теряют 18 %. Говорят: «Во всех странах без проблем работаем как агенты, а в России теряем на этом деньги». Но достаточно оформить покупку, а потом продажу товара, и эти проценты остаются в компании. Когда мы объясняем это клиентам, они очень удивляются.

— Насколько велики шансы быстро разобраться в нюансах местных налоговых правил?

— Мне потребовалось четыре года. Так что поначалу все-таки лучше обратиться к хорошему консультанту. ■

В России для небольших компаний налоговое бремя неизмеримо меньше, чем во всех европейских странах.



Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
на facebook.com





Китаец **Ли Цзуньлунь**
открыл москвичам мир
экзотических блюд,
редких запахов
и удивительных
превращений

Утка по-пекински

ТЕКСТ: СВЕТЛАНА САМОДЕЛОВА | ФОТО: ЕВГЕНИЙ ДУДИН

*Он в Москве живет уже 22 года. Как удалось завоевать лояльность клиентов, почему китайские блюда нельзя есть вилкой и ложкой, откуда идут поставки в ресторан и почему «Старый Пекин» в российской столице вне конкуренции — на эти и другие вопросы корреспондента журнала BIGMOSCOW отвечает директор ресторана «Старый Пекин» и глава Центра китайско-российских культурных связей **Ли Цзуньлунь**.*

«У НАС В МЕНЮ ТОЛЬКО СОУСОВ ОКОЛО 500 НАИМЕНОВАНИЙ»

— По профессии я актер. В Россию попал из-за любви к русской литературе, театру и кино. Мне предстояла годичная стажировка. В Государственном университете театрального искусства с нами занимался профессор, художественный руководитель Леонид Хейфец. Шел 1993 год, это было время перемен, что не могло не отразиться и на искусстве. После занятий в ГИТИСе

я торопился в Центральный театр Советской армии. Присутствовал сначала на репетиции, а потом оставался на спектакль. Здесь проходила моя основная стажировка. За год я пересмотрел репертуар всех московских театров. И каждый день учил русский язык.

— Насколько он сложен для иностранца?

— В русском языке очень сложная грамматика. Для иностранца непривычны падежи и склонения. Это надо впитывать с детства. Но зато на русском языке проще писать, в нем

О ЛИ ЦЗУНЬЛУНЕ



**За год я пересмотрел репертуар
всех московских театров.
И каждый день учил русский язык.**





буквы, а не иероглифы. Русский язык я учил самостоятельно, без преподавателей. Помогало то, что у меня было русское окружение, много русских друзей. После года стажировки в Москве я понял, что хочу и дальше учиться и работать в России. Обратился с соответствующей просьбой в наше посольство, мне предложили работу в Центре китайско-российских культурных связей.

— Как возникла идея открыть ресторан?

— Кулинарные традиции — неотъемлемая часть китайской культуры. «Старый Пекин» распахнул свои двери в 1997 году. Мне хотелось создать традиционный китайский ресторан с блюдами, имеющими истинный национальный вкус и колорит. По всему миру сейчас открыто множество ресторанов китайской кухни, и везде подают в основном

кисло-сладкий соус. Это неправильно. У нас, например, в меню только соусов около 500 наименований. К вареной рыбе можно подать 25 различных соусов, а к жареной — уже около 30 совершенно других.

Название «Старый Пекин» пришло само собой. Во-первых, потому что я сам пекинец. А эпитет «старый» отражает дань традициям. Мы решили воздать должное китайским кулинарам, которые через века пронесли опыт и традиции приготовления здоровой и вкусной пищи.

— В Москве около станции метро «Маяковская» долгие годы действовал ресторан «Пекин». Там была настоящая китайская кухня?

— С «побратимом» этого ресторана я познакомился еще в детстве. Дело в том, что в 1950-е годы в честь дружбы между Советским Союзом и Китаем в двух столицах построили одинаковые высотные гостиницы с ресторанами на первом этаже. Высокие потолки, лепнина, ценная древесина, гранит и мрамор. В Мо-

ске гостиницу называли «Пекин», а в Пекине — «Москва». Мы жили по-соседству. Там я впервые и познакомился с русской кухней. Больше всего меня поразил «красный борщ». Что касается московского ресторана, китайским он был только по названию. Там работали русские повара, русские официанты, ни разу не бывавшие в Китае. А ведь в нашей кухне более пяти тысяч рецептов, и это не считая домашних вариантов. Наш шеф-повар все приправы привозит из Китая. Только пряных трав в стране насчитывается более 300 видов.

Надо заметить, что китайская кухня сильно отличается в разных провинциях. На востоке, в провинции Сычуань, например, самая остшая и сдобренная специями кухня. Здесь очень влажный климат, и в стремлении защититься от сырости местное население активно использует красный чили, чеснок и имбирь. Для южных районов, где преимущественно производится сахар, характерны сладкие блюда. Для северных про-

Мне хотелось создать традиционный китайский ресторан с блюдами, имеющими истинный национальный вкус и колорит.





**Друзья иногда смеются:
«Ты тут создал настоящий
этнографический музей».**

винций, где добывают соль, — соленые. В провинциях, имеющих выход к морю и расположенных в низинах, где много рек и озер (например, Цзянсу и Чжэцзян), кухня изобилует морепродуктами и рыбой. Мы же придерживаемся золотой середины. В нашем ресторане представлена универсальная пекинская кухня.

— Сложно было найти помещение?

— Наш ресторан располагается на 24-м этаже гостиницы «Салют». Когда мы искали помещение, здание было старое, обветшалое внутри. Мы стали первой иностранной компанией, обосновавшейся в «Салюте».

Я пришел к директору, и тот сказал: «Да, есть под самой крышей два помещения». В одном располагался кафетерий, в другом — спортивный зал. Мы начали их переделывать под ресторан. Потребовалось оформлять очень много документов и разрешений, в том числе и на использование алкогольной продукции. Нам помогли местные юристы, благо у Центра китайско-российских культурных связей много друзей.

— Каков был стартовый капитал?

— Сто тысяч долларов.

— Как привлекали клиентов?

Мнение



**Екатерина Звездина,
управляющая
Soluxe Club**



крывающиеся проекты. Кроме того, из всего обилия ресторанов и кафе на пальцах одной руки можно пересчитать хорошие, все успешные концепции уже реализованы, и на 100% уникальным быть не получится. Для успешного проекта необходима совокупность факторов: атмосфера, в которую попадают гости, качество еды и наконец, сервис. Вхождение на рынок требует значительных затрат.

Открытие ресторана — это всегда имиджевая история. Концепция ресторана, в том числе китайского, должна максимально раскрывать возможности национальной кухни. Важен фэншуй.





**Китайская кухня —
это не просто еда,
это — целая культура.**

— Первую рекламу дали в газете «Вечерняя Москва». Написали: «Если хотите попробовать истинную китайскую кухню, приходите! Заказа вам не придется ждать больше пяти минут». В ресторан «Пекин» людям приходилось выстаивать большие очереди, а чтобы попробовать знаменитую утку по-пекински — ждать несколько часов. Мы предлагали широкий ассортимент блюд отличного качества по демократическим ценам. И никаких очередей!

«РАСПРОБУЙТЕ КИТАЙСКИЕ СПЕЦИИ, И ВАШИ ВКУСЫ ИЗМЕНЯЮТСЯ»

— *Кто ваши клиенты?*

— Половина — китайцы, те, кто работает или бывает проездом

в Москве. Они очень быстро едят и уходят. Другая половина — россияне. Они сидят подолгу. Заказывают водку. Один из наших завсегдатеев — бывший посол России в Китае Игорь Рогачев. У нас очень много постоянных клиентов. Бывает, что звонят, заказывают столик, наши официанты только уточняют: «Вам приготовить все как всегда?»

Приходят и новички. Знакомство с китайской кухней для них сродни увлекательной экскурсии в мир экзотических продуктов, редких запахов и удивительных превращений. Многие из них интересуются, что символизирует то или иное блюдо, а потом возвращаются вновь и вновь.

Эксперт



**Инга Микаелян,
старший аналитик
«РБК.research»**



2014 года правительством РФ пакет ответных санкций, существенно усложнивший работу рестораторов. Изменение перечня поставщиков, поиск похожих по вкусовым свойствам продуктов питания, а в ряде случаев изменение меню ресторанов — все это лишь некоторые из указанных вопросов, которые в 2014 году пришлось решать рестораторам. Из-за ослабления рубля существенно подорожали импортные продукты питания и алкоголь, что сказалось на себестои-





**Китайских ресторанов в Москве
не хватает, так что о конкуренции
речи вообще не идет.**

— Сложно было подобрать персонал?

— Все повара у нас — китайцы, менеджеры — русские, а официанты — граждане Узбекистана, Киргизстана или Казахстана. Они внешне похожи на китайцев, но хорошо говорят по-русски. Нередко посетители не могут скрыть удивления: «Как хорошо изъясняются, не чувствуется никакого акцента». У них нормальная зарплата, выше, чем средняя у официантов по Москве. При этом у них в порядке все документы: есть регистрация, разрешение на работу. У проверяющих из миграционной службы к нашим работникам нет претензий. Специально мы персонал не ищем, соискатели приходят сами, это, как правило, друзья друзей. Берем людей по рекомендации. По истечении испытательного срока смотрим, подходит нам человек или нет.

— У вас очень оригинально оформлены залы. Кто постарался, чтобы посетители оку-

нулись в атмосферу Китая разных периодов?

— Все придумывал сам. Хотел создать истинно китайские интерьеры. Большинство вещей привез из Китая. У нас семь залов. Первый посвящен Пекину и Пекинскому университету. Мои родители — его профессора, отец — математик, мама — биолог. Я также поступил в Пекинский университет, хотел посвятить жизнь математике. Но началась «культурная революция». Пришлось уехать в деревню. Через несколько лет вернулся в Пекин, но это был уже другой город. Судьбе было угодно, чтобы я связал жизнь с искусством. В память о том периоде я оформил зал в ресторане.

Есть зал, где в стенных нишах можно увидеть миниатюрную копию одежды императора династии Цинь, чаши, утварь, которой пользовались императоры и их приближенные. Друзья иногда смеются: «Ты тут создал настоящий этнографический

Мы решили воздать должное китайским кулинарам, которые через века пронесли опыт и традиции приготовления здоровой и вкусной пищи.



музей». Посетители довольны, им нравится разглядывать сокровища древней китайской цивилизации.

— Откуда поставки?

— Мясо привозим с ферм из Подмосковья. Овощи для нас выращивает недалеко от Москвы наш хороший друг. Он китаец, доподлинно знает, что, чего и сколько нам нужно.

— Делаете ли вы блюда для россиян менее острыми или придерживаетесь точной рецептуры?

— Российские посетители отличаются от китайских?

— Россияне, которые приходят в первый раз, заказывают каждый для себя отдельное блюдо. Китайцы, если приходят компанией, делают заказ на всех. Вы обратили внимание на наши столы, где установлена вращающаяся круглая панель? Отложив себе на тарелку немного, гость вращает панель, и к нему «приезжает» блюдо соседа, а потом еще и еще одно. Таким образом за трапезу можно попробовать пять-семь раз-

Мы предлагали широкий ассортимент блюд отличного качества по демократическим ценам. И никаких очередей!

— У российских клиентов обязательно спрашиваем, подать ли острый соус. Повару говорим: перца надо чуть-чуть. Наша задача, чтобы каждый клиент был доволен. Но наши повара сочетают все так умело, что, распроверав китайские специи, можно и вовсе изменить свой вкус в еде и полюбить острое. Еще мы не настаиваем, но рекомендуем пользоваться бамбуковыми палочками, потому что если есть наши блюда вилкой или ложкой, то вкус меняется.

ных оригинальных блюд. Китайская кухня — это не просто еда, это целая культура.

— У вас принято оставлять чаевые?

— По-разному. Официанты больше любят русских клиентов. Те, например, если счет составляет 5500 рублей, дают 6 тысяч и говорят: «Сдачи не надо». А китайцы, наоборот, с дотошностью высчитывают сдачу. При этом еще интересуются,



нельзя ли сделать скидку. Тут все дело в психологии. В торговых центрах в Москве, где продавцы — одни китайцы, заранее устанавливаются завышенные цены. За товар, который стоит 500 рублей, сначала просят 1000. Надо торговаться. Своим постоянным посетителям мы тоже предоставляем скидку от 10 до 20%.

— Если говорить о ментальномите, есть что-то общее между русскими и китайцами?

— У русских, как и у китайцев, застолье сопровождается танцами и общим исполнением популярных песен. На праздничном столе обязательно присутствует водка. Только в России она не такая крепкая, как 50–60-градусный китайский маотай. Еще русские, как и мы, обожают изречения Конфуция. А этот древний мыслитель уподоблял хорошо приготовленное блюдо хорошо управляемому государству.

«ЗИМОЙ ЛУЧШЕ ВСЕГО ИДЕТ КИТАЙСКИЙ САМОВАР ХОГО»

— Какие блюда пользуются наибольшим спросом?

— Утка по-пекински. Это блюдо появилось еще в эпоху династии Мин для услады вкуса императора. Готовят его несколько дней. Стоит оно у нас 1888 рублей. Неизменным успехом пользуется китайский самовар хого, особенно хорошо он идет зимой.

— Какова средняя сумма счета на одного посетителя?

— Без алкоголя 900 руб., с алкоголем 1600 руб. Сюда входят и холодная закуска, и суп, и горячее блюдо, и десерт. Особенно полюбились москвичам наши пончики с соевой начинкой в кунжути.

— У вас постоянное меню или вы вносите в него какие-то изменения?

— Каждый квартал мы представляем на суд посетителей новые блюда. Наш шеф-повар ездит в Китай, смотрит, какие появились новинки. Все самое оригинальное появляется и у нас. Поэтому ресторан уже 17 лет успешно работает в Москве.

Каждый квартал мы представляем на суд посетителей новые блюда.



— Сколько посетителей бывает в вашем ресторане за месяц?

— Зависит от сезона. У нас 300 мест. В день к нам в среднем приходит 150 человек, значит, в месяц обслуживаем около 3,5 тысяч человек. В праздничные и выходные дни столик нужно заказывать заранее.

— Что скажете о конкуренции?

— Я был в Риме. Там на 5 млн жителей приходится 500 китайских ресторанов. В Москве сейчас живет более 12 млн человек, а ресторанов с китайской кухней всего 20–25. Их просто не хватает, так что о конкуренции речи вообще не идет. Мы часто собираемся с владельцами ресторанов, делимся опытом, пере-

даем друг другу клиентов. С мая по сентябрь мы кормим туристические группы из Китая, Японии, Сингапура, Индии, Гонконга. Их требуется обслужить очень быстро. Пообедать они должны максимум за полчаса. Для китайцев заранее готовим целый бак кипятка. У каждого из туристов в рюкзачке запасен термос. Китайцы без чая жить не могут.

— Что в планах на будущее?

— Хотим открыть еще один ресторан. Уже присмотрели помещение в гостинице «Орленок» на Воробьевых горах. В этом районе есть рестораны корейской кухни, японской, индийской. Нет только китайской, что, надеюсь, вскоре и будет исправлено! ■

Потребовалось оформлять очень много документов и разрешений, в том числе и на использование алкогольной продукции.



Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
на facebook.com





Индус Санджив Кумар

**Чоудхари помогает
москвичам и зимой
хотя бы на пару недель
съездить в лето**

Индийское лето

ТЕКСТ: НИКОЛАЙ МИРОШНИК | ФОТО: ФРАНЧЕСКО РОССИНИ

Он оптимист по жизни. Это понимаешь очень быстро. Позитивный настрой сквозит едва ли не в каждой фразе уверенного в себе человека. Ни на что не жалуется, все у него хорошо. Собственные ошибки и промахи старается превратить в преимущества. В экономическом кризисе ищет позитивные моменты для развития бизнеса. Даже российская зима — казалось бы, суровое испытание для теплолюбивого индийца — ему в радость: научился кататься на коньках.

— Человек ко всему привыкает. Помню, когда двадцать лет назад впервые приехал в Москву, поразило многое: и люди поначалу казались все на одно лицо, и запахи совершенно другие.

— А каким ветром вас в Москву занесло?

— Хотел выучиться на менеджера с финансовым уклоном. И планировал поехать в Австралию, в какой-нибудь университет. Но друзья посоветовали Россию: традиционно дружественная страна, к индусам хорошо относятся. Короче говоря, я выбрал Москву, Российский химико-технологический

университет имени Менделеева. Деньги на учебу дал отец, он тогда был деканом и профессором физики в университете города Наланда в восточном штате Бихар. Кстати, это старейший индийский университет и едва ли не старейший в мире (российские источники уверяют, что университет в Бихаре был основан в 500 году. — Н. М.). Получил диплом — и вернулся на родину.

— Остаться в России не думали?

— Тогда нет. Искал работу дома, в Индии это непросто. Сменил несколько мест. Однажды увидел в газете объявление, что индийская тур-фирма ищет менеджера в московский офис. Со- беседование прошел вро-





де бы успешно, но безрезультатно. Вскоре устроился в местный банк. А спустя год вдруг позвонили из этой турфирмы и предложили трехлетний контракт в Москве.

— И вы поехали?

— Со скандалом. Родители были категорически против. Отец отговаривал: «Чем тебе плохо на родине»? Мама переживала, что я в России женюсь и останусь. И хотя я клятвенно обещал через три года вер-

в обоих направлениях: один офис занимается поездками из России в Индию, другой — из Индии в Россию. Причем, и те и другие туры мы организуем в Москве.

— Каковы успехи?

— В прошлом году Veda Travel отправила из России в Индию около 700 человек. А за въездное направление мы даже получили награду Ростуризма: из 10 тысяч индусов, посетивших Россию в 2014 году, че-

**Я планировал поехать в Австралию,
в какой-нибудь университет.
Но друзья посоветовали Россию.**

нуться, что никаких русских жен не будет, так и уехал без родительского благословения.

— А спустя три года...

— Спустя три года, в 2005-м, создал в Москве собственную туристическую компанию. Отправляли группы в Индию, Шри-Ланку, на Мальдивы. Бизнес развивался вполне успешно, но в 2008 году ударили финансовый кризис... Сейчас моя компания Veda Travel работает практически только с Индией. Зато

рез нашу компанию прошли примерно 6 тысяч.

— Семьсот человек из России — не так уж много.

— А мы и не ориентируемся на массовый туризм. Предпочитаем работать с индивидуальными клиентами и небольшими группами — 10–15 человек. Массовый туризм позволяет держать более низкие цены, выигрывая на обороте. Но и риски выше. В сложных ситуациях мы всегда можем сменеврировать,





**Из 10 тысяч индусов, посетивших Россию
в 2014 году, через нашу компанию
прошли примерно 6 тысяч.**

скажем, быстро сменить один отель на другой, такого же класса. Делаем упор на уровень сервиса. Работаем и с крупными корпорациями, регулярно отправляющими группы своих сотрудников на отдых. Нас уже знают, одни клиенты рекомендуют другим. Это, кстати, позволяет экономить и на традиционной рекламе.

— Кроме туркомпании, у вас еще и визовые центры...

— Да, в октябре 2012 года мы выиграли тендер на организацию ин-

— С осени прошлого года у россиян появилась возможность получить визу по прилету в Индию. Это как-то отразилось на вашем бизнесе?

— Практически нет. Поначалу, не скрою, мы немного опасались, что у визовых центров станет меньше работы. Но этого не произошло. Ведь виза «по прилету» — это не совсем верное название. Визу все равно надо получать в Москве, хоть и через Интернет. Заполняете доку-

В октябре 2012 года мы выиграли тендер на организацию индийского визового центра.

дийского визового центра. Вернее, тендер выиграла индийская компания BLS International, которая давно занимается этим бизнесом и имеет такие центры в 23 странах. Она выиграла тендер и поручила это дело нам, что-то вроде франшизы. То есть за всю работу отвечаем мы, а они — как партнеры — получают свой процент от прибыли. Визовый центр в Москве мы открыли в мае 2013 года, затем — в Петербурге. За первые 12 месяцев оформили визы почти для 250 тысяч человек.

менты онлайн и отправляете в консульство. Оттуда приходит подтверждение, вы его распечатываете. А уже в Индии вам проставляют в паспорт въездную визу.

Все визовые документы заполняются на английском языке. В визовом центре работают люди, знающие и русский, и английский. Они всегда помогут, подскажут, поправят. А в Интернете — все сам. К тому же виза через Интернет стоит 60 долларов, по сегодняшнему курсу немало. А в визовом центре





в Москве оформление обходится в 1880 рублей. Короче говоря, в минувшем декабре визу «по прилету» получили 560 человек. А через визовый центр — примерно 20 тысяч. Так что для нас потери невелики.

— *А последние перипетии с курсом рубля создали большие проблемы?*

— Конечно, кризис ощущим. Если в прошлом году компании, работающие с Индией, только на курорты Гоа отправляли из России ежедельно по 8–10 чартерных авиарейсов, то сейчас четыре, максимум,

пять. И статистика визового центра подтверждает: в 2014 году в январе-феврале поступало по 2–3 тысячи паспортов в день, в этом году 500–800. Но мы видим для себя и позитивные моменты. Хотя материальные возможности россиян сократились, цены выросли, но и конкуренции стало поменьше. Если раньше основными конкурентами Индии были более дешевые Египет и Таиланд, то сейчас Таиланд резко подорожал, а в Египте сами знаете, что творится. К тому же в прошлом году в Москве закрылись две фирмы, которые продавали туры в Ин-

дию, и три — в Петербурге. Но люди отдыхать все равно ездят. И будут ездить. Наша компания в какой-то мере компенсирует потери от сокращения российского туризма приемом гостей из Индии. Те, кто едет в Россию, платят, в основном, долларами, а это, сами понимаете, сейчас выгодно.

— С какими сложностями столкнулись в начале работы в Москве?

— Это были сложности, связанные с отсутствием опыта. Помню, едва мы открыли свой турбизнес, в России вышел закон о необходимости все расчеты с клиентами про-

изводить через кассовые аппараты. Мы как-то зазевались, прошляпили. Пришла налоговая проверка, выставила нам штраф на 60 тысяч рублей... Аппарат мы тут же купили, но я после этого стал внимательно отслеживать изменения здешнего законодательства.

Потом мы опять совершили ошибку. После Москвы открывали визовый центр в Санкт-Петербурге. Кто-то посоветовал учредить его как филиал московской фирмы. Три месяца спустя выяснилось, что мы с этим филиалом «попали» на 18 процентов НДС. И сразу оказались в минусе. Тогда мы пошли в налоговую инспекцию, повинились.

Мнение



**Вадим Прасов,
управляющий партнер
«Альянс Отель
Менеджмент»**



В последние годы ситуация стремительно менялась, и сейчас Москва, напротив, выигрывает в стоимости размещения: есть варианты на любой кошелек. К тому же в связи с ростом курса доллара и евро цены на размещение для иностранных туристов на сегодняшний день выглядят крайне привлекательно. Безусловно, у Москвы есть потенциал роста в области культурно-познавательного туризма, и после того как все политico-экономические санкции уйдут в небытие, турпоток однозначно увеличится. Нельзя забывать, что климат в России холоднее,





**В минувшем декабре визу «по прилету»
получили 560 человек. А через
визовый центр — примерно 20 тысяч.**

И нас поняли, даже наполовину скостили начисленный налог. Пришлось закрыть прежнюю фирму вместе с питерским филиалом и учредить заново — уже в другой юридической форме, освобождавшей от НДС.

Зато сегодня мы не только хорошо ориентируемся в тонкостях российского законодательства, знаем все новеллы, но и постоянно консультируем приезжающих в Россию бизнесменов — по вопросам открытия собственной компании, по налоговым и таможенным процедурам. Это стало еще одним направлением нашего бизнеса. Из ошибок надо извлекать пользу.

— Вы консультируете «новобранцев» российского рынка. Можете сформулировать краткое напутствие зарубежным коллегам, начинающим бизнес в нашей стране?

— В России бизнесом заниматься легче, чем в Индии. Проблем — точно меньше. Налоги здесь, по сравнению со многими другими странами, невысокие. А средняя норма прибыли значительно выше. Да, сегодня сложно, кризис. Но я лично уже пережил в России и кризис 1998 года, и кризис 2008-го. Было трудно. Но все постепенно восстановилось, опять стало возможным хорошо зарабатывать. Было бы желание. Надо только учиться. И не нарушать законы.

Эксперт



Юлия Мосина,
директор
исследовательского
агентства *BCGroup*



ставляет до 10 человек. Соответственно, средняя площадь офиса такой компании — порядка 50 кв. м., затраты на оборудование и ПО минимальны.

При этом средний размер комиссии, взимаемой российскими туристическими агентствами, — 10–12%, туристическими операторами — 5%. Максимальный размер комиссии взимается агентствами, занимающимися индивидуальными турами — до 20%. При этом доля индивидуальных турков по России выше, чем по западным странам. Соответственно, срок окупаемости



— **В офисе, где мы беседуем, большинство сотрудников — ваши соотечественники.**

Персонал вы как подбираете?

— Это офис, который занимается въездным туризмом. А индийские туристы комфортнее чувствуют себя, если их встречают и сопровождают свои. У нас работают и россияне, владеющие английским, и индузы со знанием русского языка. Персонал обычно подбираем в Москве через центры занятости.

индийских студентов. Половина вернулись домой, половина — остались. Но на всю Россию, думаю, и пяти тысяч индусов не наберется, включая всех бизнесменов.

В Индии молодежи найти работу по специальности очень непросто, даже квалифицированным специалистам. А талантливых ребят много. Например, наши компьютерщики, программисты известны по всему миру. И мы с одним моим русским другом проработали проект под условным названием «Учеба, работа,

Наша компания в какой-то мере компенсирует потери от сокращения российского туризма приемом гостей из Индии.

— **Это российский персонал. А индийский?**

— Чаще находим на родине. В Москве пока выбор кандидатов не очень большой. Хотя, надеюсь, уже в скором времени он станет шире.

— **Что вы имеете ввиду?**

— В Канаде, например, живет полмиллиона моих сограждан, в Великобритании — примерно столько же, в Дубае — вообще миллион. Что касается России, то в первой половине девяностых здесь было много

российское гражданство». С этого года в России разрешили иностранным студентам учиться и одновременно работать. Кроме того, есть программа приема иностранных рабочих и специалистов, прежде всего, из стран СНГ: они должны сдать экзамен на знание русского языка, уплатить определенный налог за право работать. Но возможностей и вакансий пока много больше, чем желающих. Это открывает хорошие перспективы и для моих соотечественников.





Мы уже нашли в Индии примерно 200 молодых специалистов, готовых приехать в Россию. Приедут за свой счет, кто-то для этого возьмет кредит в банке. Уже договорились с техникумом в Зеленограде, где их будут обучать, прежде всего, русскому языку, и с подмосковным Егорьевским мясокомбинатом — у них сейчас где-то шестьдесят различных вакансий. Ребята будут работать и учиться.

— А российские власти как смотрят на эту идею?

— Положительно. В ноябре, например, я был в Дели на очередном российско-индийском форуме по торговле и инвестициям, обсуждал эту тему с Сергеем Черёминым, министром Правительства Москвы, главой Делового совета по сотрудничеству с Индией и членом Межправительственной Российской-Индийской комиссии по торгово-экономическому, научно-техническому и культурному сотрудничеству. Он поддержал этот проект.

**— Дел у вас достаточно.
А как со свободным временем
в Москве?**

— Его остается немного. И провожу его, в основном, в семье. Ходим с женой в театры, в цирк, сейчас, зимой — на каток.

— На каток?

— Почему нет? Еще ходим в гости. И к индийским друзьям, и к русским.

— А живете где?

— Купили квартиру в Новой Москве, в Большом Домодедово, но

она пока не готова. Так что снимаем другую неподалеку от офиса.

— Судя по всему, в Москве вы чувствуете себя достаточно комфортно.

— Когда постоянно жил в Индии, считал, что лучше в мире страны нет и быть не может. Друзья, родственники, вкусная еда. Теперь же совсем привык к России. Еду в Индию — чувствую себя, конечно, дома, но проходит месяц и тянет обратно. ■

**Мы уже нашли в Индии
примерно 200 молодых специалистов,
готовых приехать в Россию.**



Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
на facebook.com





ORIS
Swiss Made Watches
Since  1904



Точный расчет

Вице-президент ORIS GROUP швейцарец Рольф Штудер знает, почему несмотря на кризис группа открывает в России свой первый монобрендовый бутик

ТЕКСТ: ВЛАДИМИР МОХОВ | ФОТО: ЕВГЕНИЙ ДУДИН

В московском торговом центре «Атриум» торжественно открылся первый монобрендовый бутик легендарной швейцарской часовой марки ORIS, отметившей в этом году 111-летие.

Вице-президент ORIS GROUP Рольф Штудер рассказал BIGMOSCOW о планах по развитию сети в России.

— Господин Штудер, в России кризис, а вы открываете в Москве фирменный магазин. Это вызов?

— Нет, это расчет. Такой же точный, как наши часы. Во-первых, компания ORIS ничего не боится, это не в нашем менталитете. Мы скрупулезно учитываем особенности продвижения бренда в каждой стране. Во-вторых, это не спонтанный, а обдуманный шаг. Проект вынашивался не один и не два года, а намного дольше. ORIS на российском рынке почти 20 лет, но до сих пор наши часы были представлены в 80% мультибрендовых салонов в России. Сопоставив продажи и

спрос, мы приняли решение об открытии собственных монобрендовых магазинов. И это не разовая акция. Компания планирует ежегодно открывать в крупных российских городах 3-4 монобрендовых салона. Начали, естественно, с Москвы, где самый большой спрос. Здесь мы ничем не отличаемся от конкурентов. Кстати, решились мы на это полтора года назад, когда кризиса не было. Кризис на наши планы не повлиял, хотя покупательная способность россиян, конечно, упала. С другой стороны, дешевле стала аренда, реклама. ORIS — бренд, успешно продвигаемый и в кризисное время. Мы предлагаем хорошее

Сопоставив продажи и спрос, мы приняли решение об открытии собственных монобрендовых магазинов.





**Кризис на наши планы не повлиял,
хотя покупательная способность
россиян, конечно, упала.**

качество, интересные функции и приемлемую цену. Самое главное — держать под контролем максимум деталей, сопутствующих этому процессу. И настойчиво идти к цели. Неважно, пиковое время кризиса сейчас, или нет.

К тому же мы открываем бутики не просто для того, чтобы продавать часы. Это демонстрирует статус бренда и позволяет в одном месте продемонстрировать всю коллекцию ORIS. Монобрендовый бутик — своего рода дом бренда. И иметь дом в таком мегаполисе, как Москва, мы считаем обязательным. Для нас это очень хороший старт. Все-таки в часовой и другой люксовой индустрии стратегия открытия бутиков несколько иная. Если бы мы торговали более ходовым товаром, то и стратегия была бы другой. ORIS — самодостаточная компания, развивающаяся за собственный счет. Сейчас пришло время развиваться в России. Мы

О КОМПАНИИ ORIS

приняли такое решение самостоятельно и думаем, что оно правильное.

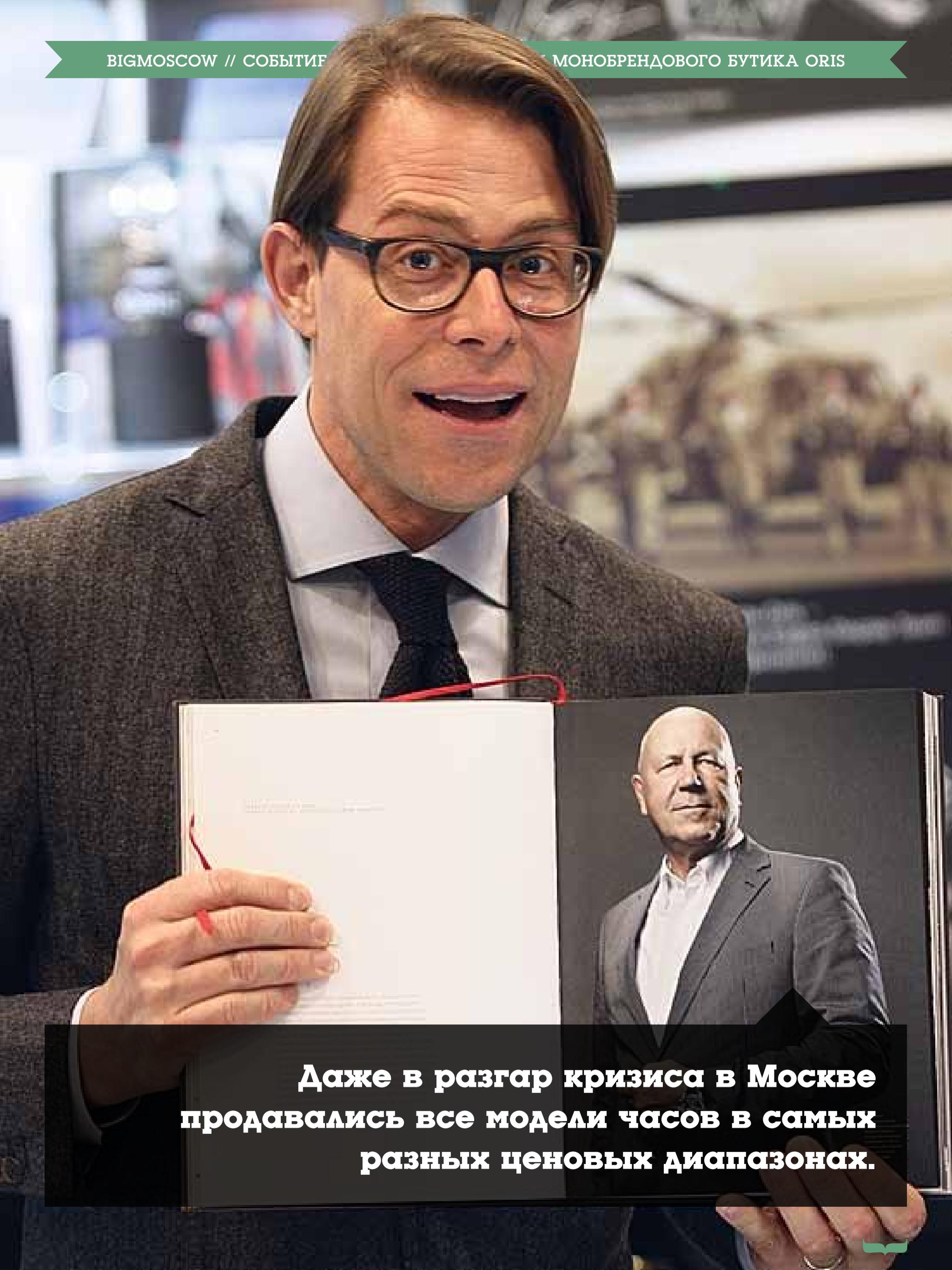
— Но часы, даже самые хорошие, не предмет первой необходимости.

— Но часы, даже самые хорошие, не предмет первой необходимости. Вас не смущает, что в России наблюдается спад продаж на товары этой категории?

— Не смущает. В то время как курс швейцарского франка вырос почти вдвое, компания, как и большинство европейских часовых брендов, представленных на российском рынке, подняла здесь цены лишь на 50%. Цены на продукцию ORIS в России всегда были близки к европейским. Но в 2015 году из-за колебаний валют компания установила цены, которые существенно ниже, чем в Европе. Учитывая тот факт, что мы работаем без посредников, покупать наши часы в России сейчас выгоднее

В 2015 году из-за колебаний валют компания установила цены, которые существенно ниже, чем в Европе.





**Даже в разгар кризиса в Москве
продавались все модели часов в самых
разных ценовых диапазонах.**

всего. Кстати, очень немногие часовые компании имеют одинаковые цены по всему миру. Гораздо важнее найти правильный подход к покупателям. Если поднять цены на 20% вслед за ростом швейцарского франка по отношению к евро, сразу упадет спрос. Не вина покупателя, что курс валют сегодня такой нестабильный. Поэтому в странах еврозоны мы подняли цены на 7-8%. А в России цены на ORIS сейчас на 10-15% ниже, чем в Европе.

Думаю, такая ценовая политика в нестабильной финансовой ситуации себя оправдывает. Мы действительно ожидаем падения продаж в России до конца IV квартала 2015 года на 25%. Но уверены, что это падение будет отыграно уже в начале 2016 года.

— На чем основана такая уверенность?

— Техническое открытие бутика ORIS состоялось полгода назад. Все это время мы тестировали рынок. И представьте, что даже в разгар кризиса в Москве продавались все модели часов в самых разных ценовых диапазонах — от недорогих моделей до эксклюзивных. Это и классические коллекции, и авиационные, и автомобильные, и для подводного плавания. Мы убедились, что в России много коллекционеров часов ORIS. После этого решили

официально открыть бутик и постепенно развивать здесь свою сеть.

— На открытии бутика вы представили новую коллекцию часов, выпущенную к 111-летию компании. Причем сделали это до официального открытия и презентации новой коллекции на всемирной выставке BASELWORLD–2015. Почему?

— ORIS производит часы для тех, кто страстно относится к механике и ищет настоящие современные ценности. Коллекция развивается, чтобы реализовать пожелания клиентов в каждом из четырех основных направлений деятельности ORIS: автоспорте, дайвинге, авиации и культуре в соответствии с лозунгом «Настоящие часы для настоящих людей» («Real watches for real people»). А в России, по-моему, живут именно такие люди. Это наши клиенты.

Распределение продаж ORIS сегодня выглядит так: Европа — 35%, Азия — 51%, Америка — 11%, Океания — 3%. Думаю, экономика в России восстановится, и было бы неплохо, если бы в обороте ORIS Россия занимала не меньше 10%. Это вполне реально, поскольку в России велика доля экономически активного населения. Они могут иметь и часы премиум-класса, и менее дорогие





Мы делаем разные часы высокого
качества по понятной цене.

часы с какими-то функциями, связанными, например, с измерением высоты или глубины. Это нормально, когда у человека несколько часов на все случаи жизни. ORIS относится к немногим швейцарским часовым брендам, способным предложить и то и другое. В одних часах можно заниматься спортом, в других ходить на светские рауты. Мы делаем разные часы высокого качества по понятной цене.

Чтобы заработать в часовой индустрии большие деньги, можно выпустить одну модель часов и активно продвигать ее в Китае. Это не наша стратегия. К тому же в Китае дела идут уже не так успешно, как раньше, а вкус у людей постепенно меняется.

— Какой вкус у россиян? Что они покупают охотнее всего?

— Как ни странно, часы для подводного плавания. Обычно это характерно для стран, омываемых теплыми морями — Таиланд, Малайзия и т. д. Там 80% продаж приходится как раз на подводные модели. А в России популярность таких часов, видимо, связана с тем, что здесь много дайверов, которые любят исследовать подводные красоты Красного моря в том же Египте. ORIS может предложить разные часы, пользующиеся популярностью во всем мире. Это часы с глубино-

мером, гелевыми клапанами и т. д. Компания достаточно активна среди дайверского сообщества России. Последние четыре года мы были партнером выставки «Золотой дельфин», проходящей в Москве. Ее посещают тысячи дайверов, которые проявляют интерес и к нашим часам.

Изучение российского рынка подвигло нас и на то, чтобы расширить модельный ряд женских часов. ORIS изначально был исключительно мужским, консервативным брендом. Но, проанализировав спрос в России на женскую механику других швейцарских брендов, мы выпустили линейку часов для женщин, в том числе с бриллиантами.

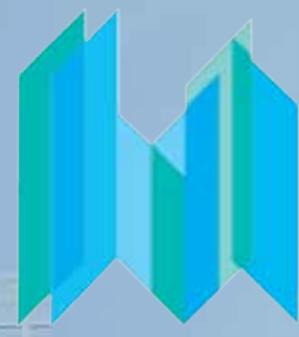
— Сколько часов ORIS было продано в Москве за период работы бутика в тестовом режиме?

— Мы очень швейцарцы относительно цифр... У нас не принято говорить ни о количестве продаж, ни о торговом обороте. Могу сказать лишь то, что инвестиции в открытие одного магазина составляют от 300 000 до 500 000 швейцарских франков. Думаю, сейчас в России это будет несколько дешевле с учетом ослабления курса рубля. ■



Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
facebook.com





investmoscow.ru



Единый инвестиционный портал Москвы



НА РАБОТУ В МОСКВУ



ЗДЕСЬ ЛЮБЯТ ИТАЛИЮ

*Итальянец **Фабрицио Грилло** учит
москвичей своему родному языку
и сам уже прекрасно понимает русских*

ТЕКСТ: ИГОРЬ ЛЕВШИН | ФОТО: ФРАНЧЕСКО РОССИНИ

У него есть любимая работа, даже две: он преподаватель итальянского языка и продавец в магазине итальянских товаров. Мечтает открыть собственный магазин в Москве. Итальянец **Фабрицио Грилло** рассказывает корреспонденту BIGMOSCOW, как ему работается и живется в российской столице.





— Вы родом из города Ивреа. Расскажите о нем.

Это маленький город между Турином и горами, известный тем, что там штаб-квартира фирмы Olivetti. Она давно обанкротилась, поэтому можно сказать, что кризис в моем городе начался давно, раньше, чем прокатился по всей Италии. Найти работу, построить свое будущее у нас очень сложно. Зато, как и по почти всей Италии, у нас очень красиво. Больше всего в Москве,

я скучаю по итальянской природе и чистому воздуху. Раза два-три в год я летаю на родину. Но я люблю Москву. Скучно не бывает никогда, время летит стремительно. И все здесь стремительные, очень быстро ходят. И очень много людей. Это мне нравится.

— Когда и как вы тут оказались?

— В мае 2013 года я приехал сюда. Из-за девушки. Хотел построить

с ней серьезные отношения. Не получилось. После 7-8 месяцев совместной жизни мы расстались. Но я решил остаться в Москве. К тому времени у меня уже была работа.

— А чем вы занимались в Италии?

— О, я там многое чем занимался. Я работал фотографом, официантом, журналистом, даже зубным техником, но зарабатывал мало. Устроиться на хорошую работу в Италии очень сложно. И я понял, что надо уезжать.

— Как вы жили здесь первое время? В незнакомой стране, не зная языка?

— Сначала у родителей моей девушки. А после расставания снял квартиру. Тогда я уже знал русский. Не как сейчас, но объясняться мог. Потом снимал другую квартиру.

Сейчас я тоже снимаю, уже с другой девушкой. Больше года я работаю в магазине Don Giulio Salumeria на Покровке. И больше года преподаю итальянский язык.

— У вас есть педагогическое образование?

— У меня есть литературное образование.

Я окончил лицей в Ивреа. Отучился год в университете, потом бросил. Я хотел работать, а учеба была непростая. Но и в лицее многому научили.

Например, латыни. Это непростой язык даже для итальянца. В нем, как и в русском, есть падежи, в отличие от итальянского.

Сначала сам брал уроки преподавания у одного итальянца. Он мне объяснил многие принципы и

**Устроиться на хорошую работу
в Италии очень сложно.
И я понял, что надо уезжать.**





**Больше всего в Москве,
я скучаю по итальянской природе
и чистому воздуху.**

тонкости. Уже на четвертый месяц моего пребывания в Москве, когда я чуть-чуть освоил русский, я начал учить итальянскому языку.

— Сейчас-то вы прекрасно говорите по-русски. Не пробовали зарабатывать синхронным переводом, переводить на переговорах? Неплохой заработок.

— Думаю, что я еще не готов. Надо еще подтянуть русский.

— А как вы осваивали русский?

— У преподавателя. Он сам русский, но прекрасно знает итальянский язык. Это сильно помогало. Я слышал мнение, что для преподавания своего языка необязательно знать язык той страны, где преподаешь. Я так не считаю, ведь нужно иногда объяснять грамматику или другие языковые тонкости.

— А трудно было найти учеников?

— Через сайт *avito.ru* я нашел первых двух. Потом уже появились



знакомые знакомых, пошла молва, рекомендации. Найти учеников — не очень большая проблема потому, что здесь очень любят Италию. Не только язык, но и итальянскую одежду, еду, мебель. И самих итальянцев тоже.

— Каковы обычно цели у учеников? Им итальянский нужен для бизнеса?

— Нет, очень редко. Обычно им просто нравится язык. Они ездят в Италию, и им приятно, что они там могут объясняться на итальянском. Многие учат потому, что у них девушка или парень из Италии.

Найти учеников — не очень большая проблема, потому что здесь очень любят Италию.



**Если у русских есть деньги,
они сразу их тратят. Итальянцы
боятся тратить деньги, они копят.**

— **А школу BigWig, где вы сейчас преподаете, сами нашли?**

— Да, сам, прошел собеседование. Когда у них появилась вакансия, они меня пригласили.

— **Эта школа с итальянским уклоном?**

— Там много языков: английский, итальянский, немецкий, испанский, французский, даже китайский. Но уклон, я бы сказал, в английский.

— **А как вы устроились на вашу вторую работу?**

— Почти случайно. Джулио устраивал раз в месяц виртуальные ярмарки итальянских товаров в Facebook. Мы там познакомились. Не успел открыться магазин Don Giulio Salumeria, как я уже там работал. Мне нравится и в магазине, и в школе. Много работы, хочется побольше отдыхать. Но сил пока хватает.

— **Не хватает денег только от магазина?**

— Продавцы в Москве не так уж много зарабатывают. Мне бы хотелось создать собственный бизнес. Или работать менеджером по продажам в крупном магазине, продающем итальянские товары — продукты, мебель. Сейчас, конечно, не самое лучшее время для таких планов: и санкции, и высокий курс евро. Но я не собираюсь отсюда уезжать и надеюсь на будущее.

— **В котором у вас будет в Москве свой маленький итальянский магазинчик?**

— Почему обязательно маленький? Я не против и большого.

— **Когда вы приехали в Москву, у вас уже были здесь знакомые итальянцы?**

— Совсем мало. У меня есть хороший знакомый, шеф-повар одного из известных ресторанов. Поначалу он мне помогал. Я, например, для

**Мне нравится и в магазине,
и в школе. Много работы,
хочется побольше отдыхать.
Но сил пока хватает.**





него фотографировал. Но все равно было сложно. Первые месяцы я говорил по-русски «привет» и «как дела». На этом общение заканчивалось.

— Есть места, где итальянцы встречаются в Москве, знакомятся?

— В Facebook есть группа «Итальянцы в Москве», но я туда не хожу.

— Сколько итальянцев в Москве?

— Немного, всего 5-6 тысяч.

— Не так уж мало.

— Итальянцы массово эмигрируют. Очень много их в Лондоне, в Испании, в США. По сравнению с этим в Москве просто горстка.

— В каких еще городах России вы были?

— Во Владимире, Суздале, Сергиевом Посаде, в Можайске. Очень красиво. Хочется съездить в Санкт-Петербург, но пока не получилось.

— В Москве жилье дороже, чем в Италии?

— В Турине, пожалуй, дешевле. А вот Милан в этом смысле примерно как Москва. А Рим, может быть, и подороже. Вот еда здесь не очень дорогая.

— А качество?

— Овощи и фрукты лучше в Италии.

— А вина?

— Хорошее вино можно купить не дешевле рублей пятисот. «Пино гриджо» можно купить такое, которое не имеет ничего общего с пино гриджо, но там, где оно стоит рублей 500, оно обычно похоже на настоящее.

— А здешняя итальянская кухня похожа на настоящую итальянскую?

— По-разному. Бывает, что похожа, бывает, что нет. Но дело в том, что само понятие «итальянская кухня» не совсем корректно. В каждой итальянской провинции своя кухня. Паста, пицца и лазанья есть везде,

а остальные блюда могут сильно отличаться.

— Где вы проводите выходные?

— Я люблю гулять в московских парках. Хожу в рестораны. Но не итальянские.

— А русская кухня вам нравится?

— Да. Я люблю русские супы, русские салаты — оливье и другие.

— Спортом занимались?

— В Италии занимался спортом очень много. Играли в футбол, бегал, катался на лыжах в горах. Из моего окна видны горы. В Червинии можно кататься летом, потому что там высокие горы. От моего дома до Червинии — час езды. По горам я скучаю. Здесь на спорт не хватает времени. Очень скучаю по спорту.

— Родители уговаривали не уезжать?

— Я уже был взрослым человеком, и они понимали, что я сам принимаю решения. Они приезжали ко мне в Москву. Им очень понравилось. Центр города очень красив.

**Я люблю гулять в московских парках.
Хожу в рестораны. Но не итальянские.**





— Чем отличаются русские от итальянцев?

— Разные привычки. Например, итальянцы обедают в час дня, ужинают в 8 вечера, а русские обедают и ужинают в любое время, когда им придет в голову. Здесь девушки одеты даже в середине дня так, как будто они собирались на вечеринку.

Итальянские девушки в это время одеты в джинсы и футболки. Если у русских есть деньги, они сразу их тратят. Итальянцы боятся тратить деньги, они копят, итальянцы более осторожные. Сильно отличаются дома и квартиры. В Италии квартиры обычно больше по площади, чем здесь в Москве.

— В Италии, наверное, живут в домах, а не квартирах?

Да, у нас там свой дом. В Турине — по-разному, но квартиры там обычно больше, чем в Москве. В городах нормальная квартира — это 60–80 кв. метров. В Москве 40 кв. м. считается нормальной квартирой.

В Москве есть все, это огромный город. Турин спокойней и по сравнению с Москвой он маленький. Там живет около миллиона человек. Милан больше похож на Москву, но и он маленький по сравнению с Москвой. Но при этом не все в Москве годится для только что приехавших иностранцев. Начинать жить здесь без помощи русских — крайне сложно. Сложно искать квартиру, работу. Очень сложно заполнять многочисленные документы. Если вы не женаты, то очень сложно получить вид на жительство. В Италии намного проще. Вообще почти со всеми документами там проще. Но зато в Италии очень большие налоги.

— А чего нет в Италии из того, что есть в России?

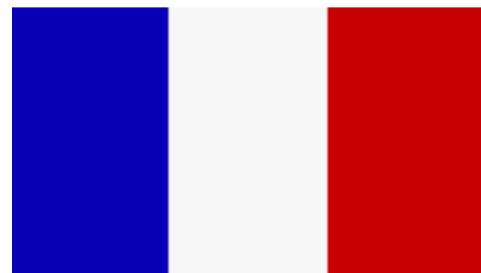
— Есть, например, магазины, которые открыты 24 часа. Это очень удобно! Но это, конечно, не главное. В России многое объединяет людей друг с другом. В Италии этого вообще нет. Италии как родины для итальянцев, можно сказать, не существует. Мы не патриоты. Наверное, потому что мы молодая страна. В русских больше патриотизма. Но я, конечно, еще мало знаю Россию, чтобы делать выводы. ■



Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
на facebook.com



ТОРГОВАТЬ С МОСКВОЙ



Вкус к роскоши

**Француз Франсуа-Ксавье Отье
возглавляет московский офис
Parfums Christian Dior и поэтому
отчасти чувствует себя послом
своей страны в России**

ТЕКСТ: СВЕТЛАНА САМОДЕЛОВА | ФОТО: ЕВГЕНИЙ ДУДИН



Как привлечь внимание целевой аудитории и завоевать лояльность потребителей в России? Каковы потребительские предпочтения россиян, их вкус, как они формируют свой индивидуальный образ? На эти и другие вопросы корреспондента BIGMOSCOW отвечает генеральный директор Parfums Christian Dior в России Франсуа-Ксавье Отье.

... О Франсуа-Ксавье Отье



Решение по любому вопросу здесь принимается сравнительно быстро, но потом требуется несколько месяцев, чтобы его документально оформить.

«МНЕ ПРЕДЛАГАЛИ США И ГЕРМАНИЮ, НО Я ВЫБРАЛ РОССИЮ»

— Еще в университете я специализировался по России. Мой диплом был посвящен социально-экономическому и политическому развитию страны после перестройки. Интерес к России подогревала мама: она побывала в Москве и Санкт-Петербурге задолго до меня и часто рассказывала о богатейшей русской культуре. После учебы мне предлагали работать в США и Германии, но я выбрал Россию. Друзья удивлялись: «Как Москва? Зачем в Россию?». Дело в том, что я успел пожить в Германии и понял, это типичная европейская страна — чего-то нового я там не увидел. Америка тоже была доступной, в любое время можно было купить билет на самолет и оказаться за океаном. А Россия представлялась страной-загадкой — она же долгое время была отгорожена от всего мира. И в 2001 году я прилетел в Москву.

— Каковы были первые впечатления?

— Очень холодно! Это было 11 ноября. В Париже шел дождь, я прилетел в легком пальто. А в Москве минус 17 градусов.

— С какими трудностями в работе вам пришлось столкнуться?

— Решение по любому вопросу здесь принимается сравнительно быстро, но потом требуется несколько месяцев, чтобы его документально оформить. Приходится заполнять очень много бумаг: договор, счет, счет-фактуру, акт, потом еще один акт... И все это надо подписать в разных инстанциях. Из-за бюрократических проволочек тормозится весь процесс. Надо признать, что во Франции тоже достаточно сложная финансовая система и хватает бюрократии. Свои особенности есть у каждой страны, и я уверен, что везде успеха добьется тот, кто хочет работать, у кого есть идеи. Лично я не помню случаев, когда мне было





30 avenue Montaigne
PARIS

**Нам будет сложнее работать в этом году,
но мы продолжим поддерживать
наших российских партнеров.**

тяжело в России: помню только не-простые рабочие ситуации, которые все удавалось решить.

— Для французов русский язык сложный?

— Очень! Коллеги помогли мне найти хорошего преподавателя, и я брал уроки. Но в основном учил язык самостоятельно. Много общался, прислушивался к интонациям, привыкал к оборотам речи. Первое, что сказал по-русски: «Пиво, пожалуйста!» и «Можно меню?». Каждый день я пробовал использовать какие-

запускай его в России!». Развивать бренд с нуля в новой стране было очень интересно.

— Как россияне восприняли люксовую марку часов?

— Никаких сложностей не возникло. Я думаю, что в сердце каждого россиянина есть тяга к роскоши и красоте. Этому способствует и архитектура — роскошный Санкт-Петербург, пышный храм Василия Блаженного, — и замечательные опера и балет, и глубокая философ-

У женщин и мужчин разные пристрастия: представители сильного пола чаще выбирают более сложные, богатые ароматы.

то новые для себя выражения и сейчас довольно сносно говорю по-русски.

— Как попали в TAG Heuer?

— Это было в 2007 году. Меня нашла компания по подбору персонала Brainpower (BPI Group) и предложила возглавить российское представительство TAG Heuer — одного из самых знаменитых часовых брендов с более чем 150-летней историей. Мне дали в руки бренд и сказали: «Давай,

ская литература с Толстым, Пушкиным и Тургеневым, чьи произведения проходят в школе. Всю эту культуру русские впитывают с детства. Неудивительно, что как только у людей появились деньги, они посчитали правильным вложить их в хорошие часы. Такие изделия приобретают не обязательно богачи. Среди покупателей было немало людей со средним достатком, которые хотели сделать достойный подарок жене или мужу. Это раньше в России





**Российские потребители сегодня более
избирательно подходят к покупке
предметов роскоши, чем десять лет назад.**

у них не было такой возможности, а сейчас она появилась.

«ОЧЕНЬ ВАЖНО СОЗДАТЬ ЭМОЦИОНАЛЬНУЮ СВЯЗЬ С ПОТРЕБИТЕЛЕМ»

— *Как от часов вы перешли к ароматам и косметике?*

— Тот же международный холдинг LVMH, который владеет брендом TAG Heuer, предложил мне возглавить Parfums Christian Dior. Я не поверил своим ушам, были одни эмоции: я же француз, и любовь к этому бренду у меня в крови. На тот момент я уже был клиентом Dior — моим любимым ароматом был и остается Eau Sauvage.

— *Кто ваши клиенты в России?*

— В основном это те, кто доверяет нашему дому, знает его историю и в целом хорошо образован. Это совсем не обязательно очень обеспеченные люди: в наших корнерах представлена парфюмерия и косметика разных ценовых категорий.

Есть ароматы, кремы, тени, помады, которые хотя бы время от времени сможет себе позволить почти каждая женщина, пусть даже это будет одна покупка за месяц или полгода.

— *Российские потребители отличаются от западных?*

— Русские женщины, как и французские, — большие поклонницы Dior. Они покупают много нашей продукции. В этом плане различий никаких, они есть только во вкусах. В России мужчины, и женщины любят легкие цветочные и цитрусовые ароматы. Miss Dior Blooming Bouquet — нежная туалетная вода, аромат который нравится всем. Еще один пример — Dior Homme Sport. Французы тоже выбирают эти ароматы, они всегда в топе продаж. Но в то же время мы пользуемся и более сложными ароматами с восточными нотами. Это связано и с историей нашей парфюмерии, и с французской кухней, где используется много специй и трав. Например, во Франции

В России и мужчины, и женщины любят легкие цветочные и цитрусовые ароматы.





большим успехом пользуется мужской аромат Eau Sauvage (в переводе с французского «дикий»), а в последние годы и российские покупатели начали открывать его для себя.

— Насколько сложно было подобрать персонал для ваших магазинов?

— Сейчас у нас 1300 точек продаж по всей России. Вы можете купить

Dior в Москве, Владивостоке, Норильске... Обучение персонала для нас — один из главных приоритетов. Каждый сотрудник является представителем нашего дома перед клиентами, знает философию и историю компании, может рассказать о компонентах того или иного аромата или средства ухода, большую часть из которых мы производим на собственных плантациях по всему миру:

от долины Луары до острова Мадагаскар. Для нас очень важно, чтобы продавцы могли установить эмоциональную связь с потребителями. Нам удалось найти настоящих фанатов Dior по всей России, и теперь они работают в нашей компании.

— У продавщицы должны быть модельные данные: 90-бо-90?

— Совсем не обязательно. Главное качество, которое мы ищем в продавцах-консультантах — это умение не только рассказывать о продукции, но и слушать покупателя, подбирать то, что подойдет каждому отдельному человеку. На это мы в первую очередь и обращаем внимание на собеседовании.

— Не поделитесь мнением о российских партнерах?

— Наши партнеры — очень надежные компании и люди. Если говорить об организации торгового пространства и о том, как в магазинах представлен наш бренд, то в этом отношении Россия ни в чем не уступает лучшим западным универмагам. Мы очень довольны.

— За годы, что вы работаете в Москве, потребители как-то изменились?

— Да, сейчас российские потребители стали более избирательно

подходить к индустрии роскоши, чем 10 лет назад. Они развиваются, читают много журналов, меньше смотрят рекламу и задают более профессиональные вопросы. Они очень любознательны: хотят знать не только список нот в аромате, но и страну происхождения каждого компонента. Тем интереснее для нашей команды! Если раньше многие из россиян покупали дорогие ароматы, чтобы показать свой статус, то теперь тенденция иная: люди выбирают тот парфюм, который им действительно нравится, и делают это в первую очередь для себя.

«КРИЗИС БРЕНДУ НЕ ПОМЕХА»
— Флаконы какого объема продаются в России лучше всего?

— В категории «люкс» объемы не имеют значения. Успешно продаются и 50 мл, и 100 мл. Есть люди, которые обращают внимание на цены, и есть те, кто ищет подходящий аромат. Такой вот эмоциональный подход. А покупают, как правило, 100 мл для дома и 30 мл — для сумочки.

— Насколько активно российские мужчины осваивают ароматы?

— Русским мужчинам повезло, потому что у них есть русские женщины! Сегодня мужская парфю-





**Обучение персонала для нас —
приоритет номер один.
Каждый сотрудник — это посол бренда.**

мерия — это гигантский бизнес, и большую роль здесь играют женщины, которые стремятся подарить своему мужу, жениху, брату или сыну качественный аромат. Впрочем, сильный пол в России и сам выбирает понравившийся им парфюм. Как-то в фитнес-клубе я разговорился с человеком, который признался, что дома у него стоит туалетная вода, которую ему подарила жена, и он ею пользуется, когда выходит из дома. На занятия спортом же берет тот аромат, который выбрал сам — и эти ароматы совершенно разные. У женщин и мужчин разные пристрастия: представители сильного пола чаще выбирают более сложные, богатые ароматы. Я думаю, что у многих русских мужчин уже сформировался свой вкус, и, в отличие от женщин, они долго хранят верность однажды выбранному аромату.

— Есть проблема с контрафактом, вашу продукцию подделывают?

— Как и продукцию любого известного бренда. Контрафакт привозят из Китая очень небольшими партиями, и это совсем не проблема. Мы полностью доверяем своим партнерам, которые продают наши продукты. Потребители могут быть спокойны. Понятно, что нельзя покупать Dior в метро или по Интернету.

— Кризис сказывается на продажах?

— Я думаю, что всем нам будет сложнее работать в этом году, но мы продолжим поддерживать своих российских партнеров. Основатель нашего дома Кристиан Диор начинал свою деятельность в еще более непростое послевоенное время, в 1947 году. Никакому кризису не остановить развитие нашего бренда в России.

— Ваша компания сотрудничает с кем-то из российских звезд?

— «Лицами» Dior были только международные знаменитости — Шарлиз Терон, Марион Котийяр, Моника Беллуччи, Шарон Стоун, Натали Портман. Все они — символы природной женственности, изящества и утонченности, и неважно, русские они или нет. Последние несколько сезонов в рекламе наших косметических коллекций снимается русская топ-модель Саша Лусс, которая смогла добиться успеха на мировом уровне. С прошлой весны, например, она является лицом линии Dior Addict.

— Русские и французы чем-то похожи?

— Нас объединяет наша врожденная эмоциональность, и это часто помогает найти общий язык. На переговорах мы всегда начинаем об-





суждение с различных цифр и других показателей, которые, казалось бы, говорят сами за себя. Но каждый раз, когда возникает спор, и русские, и французы «включают» эмоции, и в результате это приводит к возникновению доверительных отношений.

— Москва — дорогой город для иностранцев?

— Такой же, как Париж, куда каждый год приезжает около 60 млн туристов, что не может не сказаться на ценах.

— Есть ли у вас в Москве любимые места?

— Это Сандиновские бани, действующие с 1808 года. Крымская набережная, где на стрелке Москвы-реки стоит памятник Петру I. Парк Горького. Каток на ВДНХ. ГУМ с его неповторимой атмосферой. В Москве вообще очень интересно жить и работать. Ведь директор Dior — это немногого посол Франции в России. ■



Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
на facebook.com





medesk.md 

Телемедицина и облака

*В MEDESK знают, что нужно российским
клиникам: современные методы
автоматизации и обработки данных
без больших затрат*

ТЕКСТ: ИГОРЬ ЛЕВШИН | ФОТО: MEDESK



Основатели поддержанного бизнес-акселератором GVA LaunchGurus проекта MEDESCK Владимир Ковальский (генеральный директор) и Дмитрий Лазуткин (технический директор) запустили свой стартап в 2008 году. Дмитрий, учившийся в Токио, сломал руку и попал в японскую больницу. На него сильнейшее впечатление произвел уровень ав-

тому, на который были способны нанимать сисадминов и программистов. Бизнес-модель — услуги по подписке. Клиника платит за пользование системой как за телефон или Интернет, помесячно или раз в год.

В 2012 году стартап MEDESCK присоединился к программе GVA LaunchGurus. «Стартап Академия — это действительно очень удачное со-

Принципиальное отличие MEDESCK в том, что вся информация обрабатывается не на серверах клиники, а в вычислительном облаке.

томатизации больничных процессов в Японии, и он предложил своему товарищу по учебе в Токийском сельскохозяйственном и технологическом университете Владимиру Ковальскому создать нечто подобное для российских клиник.

Идея сама по себе не нова. Принципиальное отличие MEDESCK в том, что вся информация обрабатывается не на серверах клиники, а в вычислительном облаке. От клиники не требуется оборудовать серверную комнату, закупать оборудование,

читание теории и практики построения бизнеса, работающего в реалиях современных реалиях рынка», — говорит Владимир Ковальский.

В 2013-м MEDESCK окончил Академию. Но связь отнюдь не прервалась. Между стартапом и Академией поддерживаются тесные деловые отношения — в том числе с ее основателем Лоренсом Райтом.

«Мы позиционируем MEDESCK как самое удобное и доступное решение для небольших частных клиник, в штате которых нет ИТ-админи-



страторов и сисадминов, — говорит Владимир Ковальский. — Но некоторые клиники, следуя требованиям времени и пациентов, хотят автоматизировать основные бизнес-процессы — организовать работу с медицинскими и немедицинскими данными так, чтобы пациент не бегал с флешкой и кучей бумажек. И чтобы врачам было удобно вносить назначения в электронную медицинскую карту, а директор клиники мог видеть, какое из отделений у него приносит максимальную прибыль, а где еще нужно поработать».

прекрасно осведомлены о проблемах врачей и администрации клиник, объясняется просто: Владимир и Дмитрий по образованию программисты, имеющие опыт работы в хай-тек-компаниях, но медицина им не чужда — они из семей врачей, так что было кому помочь ознакомиться с тонкостями работы медицинского учреждения.

MEDESK позиционирует себя и как лидер в телемедицине. Эти технологии не только помогают спасать жизни и здоровье, но и помогают

Благодаря платформе MEDESK зарабатывают обе стороны — как клиника, которая сняла показания, так и клиника, которая интерпретировала данные.

«Конкуренты у нас есть, — иронизирует Владимир, — но они старомодные, для них автоматизация клиники — это «провести проводки» и продать сервер и лицензию на рабочее место пользователя. Это означает закрытое автономное решение, которое дорого поддерживать и еще дороже развивать».

То, что основатели компании до- сконечно понимают технические тонкости таких систем и при этом

клиникам существенно повысить доходы за счет дистанционной диагностики. По словам Владимира, только одна сибирская больница заработала в 2013 году свыше 27 млн руб. Причем благодаря платформе MEDESK зарабатывают обе стороны — и клиника, которая сняла показания, и клиника, которая интерпретировала данные.

Компания MEDESK активно раз- вивается, она прибыльна. Оборот за



2014 год составил 10 млн руб. В стартовавший проект основатели вложили \$50 тысяч долларов, заработанных на других ИТ-проектах. В общей сложности в развитие компании инвестировано и реинвестировано около 1 млн долларов.

«Мы провели успешную PR-кампанию и прямо-таки отбивались от инвесторов, — рассказывает Надежда Ангархаева, занимающаяся PR-деятельностью и маркетингом MEDESK. — Венчурная экосистема Москвы совсем как деревня — все друг друга знают, деньги найти легко. Но внезапно разразился украинский кризис. Сейчас атмосфера неопределенности. То есть как раз по-настоящему венчурная атмосфера».

Сейчас более 1000 врачей, администраторов и экономистов в 21 регионе России используют преимущества платформы MEDESK, обслуживая более 100 000 пациентов и сотрудников. С освоением рынков за пределами России возможности компании значительно расширяются. ■



**Интервью с руководителем
Стартап Академии
GVA LaunchGurus
Лоренсом Райтом**



Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
на facebook.com





Гуру стартапов

Американец **Лоренс Райт** создал в Москве **GVAccelerator** — Стартап Академию GVA LaunchGurus и выпустил полторы сотни стартапов за два с половиной года, в том числе такой успешный, как **MEDESK**

ТЕКСТ: ИГОРЬ ЛЕВШИН | ФОТО: GVA LAUNCHGURUS

Он считает открытость, целостность и социальную ответственность важнейшими условиями успеха стартапов.

Сооснователь и генеральный директор GVA LaunchGurus

Лоренс Райт уверен в блестящем будущем компании MEDESK, одного из самых успешных проектов созданного им бизнес-акселератора, готов масштабировать свою деятельность и уверен, что инновационная экономика обеспечит сотни тысяч рабочих мест.

— Когда вы впервые оказались в Москве?

— В 1987 году. Перестройка только начиналась, еще даже гласности не было. За пару лет все кардинально изменилось. На меня, студента, произвела огромное впечатление эта страна, ее совершенно не задействованный колоссальный потенциал. «Спящий медведь», как тогда говорили. С 1992 года я работал здесь практически постоянно.

— Как начиналась ваша венчурная деятельность в России?

— От Госдепа меня назначили главой Международного научно-технического центра (МНТЦ). Это что-то вроде нынешнего фонда «Сколково». В 2002-м мы составили сильную программу по коммерциализации российских технологий. МНТЦ финансировал пару тысяч инновационных проектов по всему СНГ. В них

Фантастически талантливые российские ученые могли решить любую задачу за одним исключением: то, что требовалось рынку, они решить не могли.



работали 25 тысяч ученых и инженеров.

Моя задача была найти российским технологиям применение. Я объездил множество исследовательских институтов России и СНГ — как закрытых, так и открытых. Я увидел, что потрясающие технологии просто пропадали без всякого применения. Фантастически талантливые российские ученые могли решить любую задачу за одним исключением: то, что требовалось рынку, они решить не могли. Мы искали способы преодолеть эту пропасть. Эта задача и до сих пор стоит перед страной.

С одной стороны, в 90-е с их шоковой терапией и с шоком без терапии приватизировали все отрасли. С другой — наука оказалась этими процессами не затронута. Если вы придетете к директору любого института РАН и спросите, что надо разрабатывать, он будет говорить об академическом



совете, о федеральных программах. И только в последнюю очередь скажет — если вообще скажет — о рынке, о заказчиках технологий. А в развитых странах три четверти заказчиков научных проектов — это частные компании, то есть рынок.

Это большая беда. Россия — великая страна с великими научными традициями, известными всему миру. Должен быть спрос на инновации. А его нет. Государство заставляет госкомпании покупать инновации, но толку от этих искусственных мер не будет. Мы, конечно, что-то делаем, но этого мало, это капля в море. Нужны системные изменения.

— Стартапы бывают разные. Одни ориентируются на поддержку организаций вроде «Сколково» или Российской

**Капитализм 2.0 демократичен.
Современный бизнес строится
на доверии и прозрачности.**



венчурной компании и на российский рынок. Другие сразу рассчитывают на западного инвестора и западный рынок. Третьи действуют по обстоятельствам.

— Те стартапы, которые ориентируются только на господдержку, погибнут все, за исключением нескольких, которые станут исключениями, подтверждающими правило. Стартапы, ориентированные на Запад, вы-

ство довольно слабое. Фактически вас просто хорошо упаковывают для последующей продажи. Такая бизнес-модель не слишком эффективна. Бизнес-акселераторы проваливаются еще быстрее, чем сами стартапы.

А у нас целостный подход, мы строим инновационную экосистему. Мы открыты. Можно сосредоточиться на зданиях для технопарков, создавать крупные фонды или собирать команды юристов. Но это все

Мы выпустили 164 стартапа за 2,5 года. Между прочим, наши выпускники уже «подняли» более 23 млн долларов.

живут. Конечно, не все, но, по крайней мере, у них есть шанс.

— Чем Стартап Академия GVAccelerator отличается от других бизнес-акселераторов?

— В большинстве западных инвестиционных программ делают так: дают инвестиционные деньги, забирают долю в компании. Ваш стартап получает бренд: «Вы прошли такую-то программу поддержки стартапов». Они работают с вами над улучшением проекта, но обычно не происходит глубокого структурирования контента проекта, ментор-

внешняя сторона дела. Нужно развивать бизнес-культуру, учить выстраивать деловые отношения, надо понять правила поведения в бизнесе. А самое главное правило: следовать принципу win-win — взаимовыгодному бизнесу, а не zero-sum game — «победитель получает всё», который, к сожалению, доминирует в российском пространстве. Это не русское изобретение, во всех странах такое есть, но для России этот подход к бизнесу типичен. А капитализм 2.0 демократичен. Современный бизнес строится на доверии и прозрачности.



— Это начинает работать после достижения некоторой критической массы?

— Мы карлики, муравьи в этой большой игре. Но даже на нашем уровне мы можем одновременно делать добро и зарабатывать. Corporate Social Responsibility, корпоративная социальная ответственность, CSR — еще один великий социальный принцип бизнеса. Разумеется, государство должно этот принцип поддерживать, и оно поддерживают, но пока еще слабовато. Ну а наш уровень таков: мы выпустили 164 стартапа за 2,5 года. Между прочим, наши выпускники уже «подняли» более 23 млн долларов. Некоторым удается получить финансирование уже во время учебы в Академии, некоторым — после.

— Из-за чего проваливаются стартапы?

— Обычно из-за недостатка опыта и контактов. Акселераторы не слишком вовлечены в эти проблемы, чему есть две причины. Во-первых,

у них по-другому построена бизнес-модель. У них конвейер, они пропускают через себя как можно больше идей, обрабатывают их и штампуют стартапы. Они считают, что достаточно умны и знают, кто из огромного пула их стартапов станет победителем. А я не считаю, что я настолько умен, чтобы знать будущего победителя.

Вторая причина касается знаний о бизнесе. Люди получают образование в вузах. Они умеют писать формулы, но они не в состоянии делать бизнес. Предпринимательству в вузах стали учить только в последнее время, но оно в той же упаковке, что история или физика.

Мировое бизнес-образование сейчас меняется. Оно слишком оторвано от бизнеса, непрактично. Среди деканов бизнес-школ вы не найдете бизнесменов, они теоретики, они делают академическую карьеру.

Мы же соединяем эти два мира: мы оканчивали бизнес-школы, но мы прежде всего практики. Нам не

Надо уметь работать в обстановке неизвестности, неопределенности, отсутствии статистики и знания ситуации.



нужно писать статьи, нам интересен бизнес.

— Нужно ли держать руку на пульсе компании, в которую вы инвестируете? Большинство западных венчурных капиталистов настаивают на этом, говоря о российских стартапах.

— В Америке 250 тысяч бизнес-ангелов. Они есть в каждом маленьком городке. Поэтому многие там предпочитают инвестировать локально. Если они не могут доехать до стартапа на автомобиле за 1-2 часа, они не станут вкладывать. Россия большая и широкая. Чтобы делать здесь бизнес, лучше и находиться здесь. Поэтому не так много западных инвесторов готовы инвестировать в российские стартапы.

— Насколько важны личные контакты и взаимопонимание с инвестором?

— Расскажу поучительную историю из личного опыта. Один ученый из Сарова изобрел интересные технологии твердотельных батарей на основе фтора. Мы оформили законно передачу технологий в стартап, получили финансирование. Но пошли традиционным путем, который не преподаем и не поддерживаем. Я написал большой бизнес-план — целый том бумаг — и пошел с ним к за-

падным инвесторам. Но допустил ошибку: я недостаточно хорошо про-думал, как структурировать отношения с инвестором, чтобы защитить наши права и взаимовыгодно работать вместе. У нас была прекрасная технология. За полгода мы разрабо-тали готовую батарею. Первый раунд инвестиций составил \$1,5 млн дол-ларов, теперь нам нужен было вто-рой раунд — \$10 млн. Мы нашли, где запустить серийное производство, мы нашли заказчиков — Daimler, ко-торый готов был ставить батареи на BMW. Все выглядело идеально.

Но вдруг инвестор заговорил, что мы движемся слишком быстро. Я понял, что был недостаточно вни-мателен к психологии. Изобре-тателю хотелось славы. Я обещал ему памятник, это его порадовало в его 50 с лишним лет. Инвестору же 85, и его мотивация не сводилась к день-гам. У него были успешные выхо-ды и собственный капитал больше \$100 млн. Ему хотелось быть в игре. Команда стартапа была для него мальчиками, с которыми он играл. Инвестор второго раунда — чужой для него инвестор: собственная доля уменьшается, позиция становится менее важной. Для него это было не-приемлемо. Дело шло к конфликту, а у инвестора было право сменить управление компанией. Разошлись по-хорошему. Забрали наличные деньги, тихо, без суда. Из этого я из-



влек урок: для устойчивости проекта нужно уметь получать знания, навыки и опыт от самых разных людей.

— Поучительный пример неудачи. А об удачах расскажете?

— С удовольствием. Из наших выпускников 36% компаний успешно растут. Вот очень интересный стартап MEDESK. Они делают системы для российских медицинских учреждений. Но это не традиционные системы на серверах учреждений, а современные, облачные сервисы. У них есть успехи и в телемедицине. На очереди глобальная экспансия бизнеса, то есть выход уже на мировой уровень. Сейчас MEDESK подходит к следующему раунду инвестиций. Наш посевной фонд рассматривает вариант инвестирования.

Еще выпускник — компания 2сан. Они занимаются мобильным эквайерингом — обычный смартфон под iOS или Android превращается в платежный терминал и мобильную кассу. Они лидеры в своем направлении, у них уже успешно прошел третий раунд инвестирования.

— В ведущих хайтек-компаниях Кремниевой долины чуть ли не половина сотрудников из Индии, немного меньше из Китая, немногого иммигрантов-европейцев и совсем не-

много «коренных» американцев. В этом большое отличие от России. Иностранцев в наших хайтек-компаниях почти нет.

— Россия до сих пор весьма изолированная страна. Нужна большая открытость. Половина всех стартапов США основывается иностранцами. Лучшие идеи Долина собирает со всего мира. Кремниевая долина — не американская, а международная.

— Многие жалуются, что насколько в России прекрасные инженеры, настолько слабые менеджеры. Это так?

— Пожалуй, но с одной оговоркой. Ситуация исправима. Заметьте, что менеджеры тоже разные. Если менеджер в каком-нибудь департаменте, отвечающий за четко очерченный круг вопросов, работает эффективно, то это не значит, что он сможет стать хорошим антрепренером стартапа. Там надо уметь работать в обстановке неизвестности, неопределенности, отсутствии статистики и знания ситуации. Надо быть лидером, уметь преодолеть страх, объединять людей.

— Какие психологические и культурные особенности у российских стартаперов?

Стереотипы всегда слишком приблизительны. Немцы отнюдь не все



чопорны. Я бы сказал, что в русских стартапах люди должны много работать, «пахать», как вы выражаетесь. Но они не должны при этом разбрасываться на пять стартапов. Понятно, что они боятся провала и хотят подстраховаться: хотя бы один из пяти да «выстрелит». Но так можно потерять все пять. Надо больше концентрироваться на своем главном проекте.

Другая черта: многие стартаперы делают ставку не на уникальные качества своего продукта, не на большой успех, а на слабость какого-то сектора рынка. У таких стартапов часто неустойчивый бизнес, и для инвесторов они не так уж привлекательны. Надо рассчитывать на свою силу, а не на чужие слабости. ■

Для устойчивости проекта нужно уметь получать знания, навыки и опыт от самых разных людей



Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
на facebook.com





Хлеб насущный

Девальвация рубля и общий экономический кризис открывает новые возможности для столичного продовольственного ритейла, в том числе с иностранным капиталом

ТЕКСТ: КОНСТАНТИН УГОДНИКОВ, РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА ЭКОНОМИКИ «ЛЕНТЫ.РУ» | ФОТО: «ЛЕНТА.РУ»



**КАК И ЛЮБОЙ
КРИЗИС,
Нынешняя
СИТУАЦИЯ
В РОССИЙСКОМ
РИТЕЙЛЕ
ОТКРЫВАЕТ
ВОЗМОЖНОСТИ
ДЛЯ ВЫХОДА
НА РЫНОК НОВЫХ
ИГРОКОВ,
В ТОМ ЧИСЛЕ
ИНОСТРАННЫХ.**

«Сеть мелкооптовых магазинов Metro Cash&Carry в условиях кризиса замораживает цены на основные социальные товары, включая молоко, хлеб, крупы и макароны». «Торговая сеть «Дикси» зафиксировала цены на гречку, рис, пшено, макаронные изделия, подсолнечное и сливочное масло, муку, пельмени и замороженную рыбу». Это официальные сообщения ритейлеров, рассылаемых сегодня их пресс-службами в различные СМИ.

Такие действия продавцов можно назвать красивым словосочетанием «социальная ответственность». Можно — заботой о покупателях. Именно под таким соусом и подают эту информацию пиарщики. Но в данном случае речь идет о другом. О попытке самих розничных сетей выжить в условиях нынешнего экономического кризиса, сопровождаемого высокой инфляцией и девальвацией российской национальной валюты. Именно это заставляет ритейлеров вспомнить такие термины, как direct costing, cash flow. И переходить от старомодных, ориентированных исключительно на бухгалтерские показатели прибыли, методов финансового планирования, к более совершенным и эффективным. Отталкиваться от выручки и себестоимости.

Вот, например, direct costing — определение точки безубыточности путем разделения всех расходов компании на переменные и постоянные. Если изъять из линейки продаваемых ритейлером товаров те, которые реализуются по цене ниже, чем куплены у оптовика, то упадет прибыль всего предприятия.



ФОРМАТЫ ПРОДУКТОВЫХ МАГАЗИНОВ, КОТОРЫЕ СЕГОДНЯ СЛЕДУЕТ ПРЕДЛАГАТЬ НА СТОЛИЧНОМ РЫНКЕ, ДОЛЖНЫ ПОХОДИТЬ НА ШВЕЙЦАРСКИЕ И НЕМЕЦКИЕ.

Ведь ту часть себестоимости, что покрывалась за счет выручки от продажи убыточных продуктов пришлось бы переложить на более маржинальные. А значит, может получиться так, что придется отказываться и от продажи всего остального, превращаясь из крупного гипермаркета в продовольственный бутик. В условиях падающего спроса населения подобное развитие событий может оказаться более чем реальным.

Причем падение продаж происходит на фоне роста доли расходов самих домохозяйств на продукты питания. По прогнозам аналитиков компании «ВТБ-капитал», инфляция и снижение доходов россиян к концу года приведут к тому, что расходы на покупку еды достигнут 50–55 % от их доходов.

Но, как и любой кризис, нынешняя ситуация в российском ритейле открывает возможности для выхода на рынок новых игроков, в том числе иностранных. Если, конечно, они сумеют выстроить более гибкую и менее затратную систему продаж и выберут иной стиль взаимоотношений с поставщиками. Другим немаловажным условием должно стать иное отношение к покупателю, не такое, какое сейчас принято на российском рынке.

Российский покупатель стал разборчивее. Покупая молоко, он уже ориентируется не на дату окончания его срока годности, а на дату расфасовки. Привык смотреть на нижние полки с более дешевыми товарами, а не на средние с более дорогими. Он уже не берет на кассе всякую ненужную ему мелочь. И предпочитает ходить в магазин со





списком необходимых ему товаров, чтобы не купить ничего лишнего. В этом отношении россияне становятся очень похожими на швейцарцев и немцев с их врожденной привычкой экономить.

А значит, форматы продуктовых магазинов, которые сегодня следует предлагать на столичном рынке, должны походить на швейцарские и немецкие. Это могут быть небольшие магазины с ограниченным и эксклюзивным набором товаров, производимых не отходя от прилавка — булочные, кондитерские, мясные лавки с постоянным ассортиментом и постоянным набором покупателей. Время крупных сетевых гипермаркетов, особенно расположенных в городской черте, подходит к концу. Наступает эпоха малых семейных форматов с соответствующими семейными ценностями. И в этом формате есть где развернуться именно западным представителям малого бизнеса, аутентичным носителям европейской потребительской и бизнес-культуры. Особенно если учесть, что стоимость входа на рынок после девальвации рубля снизилась для европейцев почти в два раза. ■



Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
на facebook.com





Русский софт

*Почему западным компаниям стоит
заказывать программное обеспечение
у российских разработчиков*

ТЕКСТ: ИГОРЬ ИВАНОВ | ФОТО: INFOSHELL



Русские программисты славятся во всем мире. Как наладить с ними сотрудничество западным предпринимателям, как организовать эффективную работу? Что изменилось на российском рынке ПО после девальвации рубля и введения западных санкций? Об этом рассказывает управляющий партнер американской компании Klaren Capital Грегори Харрис.

— Какие продукты наиболее востребованы бизнесом, в том числе малым и средним, на рынке программного обеспечения?

— Если мы говорим о корпоративном секторе, то помимо обычных мобильных приложений тут превалируют отраслевые решения. Для ритейла, государства, финансовых организаций, медиа, промышленного сектора и других крупных отрас-

лей это особенно важно. Люди хотят упростить бюрократический аппарат и сделать производственный процесс максимально эффективным. Вы не представляете, сколько миллионов экономят корпорации, внедряя только один программный продукт для автоматизации бизнеса. Для выживания в жесткой конкурентной борьбе необходима постоянная модернизация бизнес-процессов на основе лучших ИТ-практик.

**РУССКИЕ СПЕЦИАЛИСТЫ СТАЛИ СЕРЬЕЗНЕЕ
ОТНОСИТЬСЯ К ЗАПАДНЫМ ПРОЕКТАМ,
ТАК КАК ОНИ ПРИНОСЯТ БОЛЬШЕ ДЕНЕГ.**



— Как структурирован мировой рынок ПО, какова в нем доля российских разработчиков?

— К началу 2015 года можно выделить несколько ключевых направлений развития мирового ИТ-рынка: мобильность, облачные сервисы и безопасность. Международный рынок ИТ-аутсорсинга, по оценкам экспертов, сохраняет положительную динамику с годовым темпом роста до 3% и достиг к 2014 году уровня \$288 млрд. Все чаще в фокусе внимания инвесторов и участников этого сегмента оказывается бизнес из развивающихся стран, включая Россию. По официальной статистике российское программное обеспечение на мировом рынке занимает около двух процентов. Однако крупные российские экспортёры нередко отказываются принимать участие в рейтингах, поскольку для этого требуется раскрыть данные об обороте и прибыли.



— Как повлияет девальвация рубля на российский рынок ПО?

— Многие российские разработчики работают только на аутсорсинге — из-за кризиса ожидается спад интереса к подобным услугам от российских компаний. Российское ИТ-сообщество больше ориентируется на зарубежных заказчиков, к тому же разработчикам это сейчас очень выгодно — проекты в основном ведутся в долларовом эквиваленте. То есть для заказчика стоимость остается

**ГОРАЗДО ВЫГОДНЕЙ СЕЙЧАС ЗАКЛЮЧАТЬ
КОНТРАКТЫ С РОССИЙСКИМИ СПЕЦИАЛИСТАМИ —
ДЕВАЛЬВАЦИЯ РУБЛЯ СПОСОБСТВОВАЛА
ВЫХОДУ РЫНКА НА НОВЫЙ УРОВЕНЬ.**



той же, а разработчики меняют доллары на рубли по другому курсу (за последние три месяца доллар по отношению к российскому рублю подскочил практически в два раза). Одновременно русские специалисты стали серьезней относиться к западным проектам, так как они приносят больше денег, соответственно, растет и ответственность разработчиков за свой продукт.

— Сказываются ли на рынке ПО антироссийские санкции?

— Сказываются, к сожалению. Но несколько неожиданным образом. Я поддерживаю хорошие взаимоотношения с директором крупной российской ИТ-компании по разработке мобильных приложений — Infoshell. Они продают и продвигают продукт на российский рынок, но недавно решили выйти на зарубежные просторы. Негативная реакция проявилась у потенциальных партнеров. Они заявили, что не будут работать с компанией только из-за того, что ребята из

России. Невзирая на блестящее портфолио и отличный менеджмент. Так что тут уже вопрос лояльности западных предпринимателей.

— Сколько стоит час (неделя, месяц) работы программиста в России, в Европе, в Америке, в Китае, в Индии?

— Точного ответа на этот вопрос нет. Стоимость человека-часа зависит от уровня квалификации специалиста и сложности разрабатываемого продукта. Во всем мире распространено заблуждение, что самые дешевые разработчики — в Индии, хотя их услуги дешевыми не назовешь. Гораздо выгодней сейчас заключать контракты на разработку с российскими специалистами — девальвация рубля способствовала выходу рынка на новый уровень.

— Каков уровень подготовки российских разработчиков? Какие их достижения, на ваш взгляд, самые яркие?

**ОТЛАЖЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ ПОЗВОЛЯЕТ
КОНТРОЛИРОВАТЬ ПРОЦЕСС ТАК, БУДТО Я ОБЩАЮСЬ
С АМЕРИКАНСКОЙ КОМПАНИЕЙ С СОСЕДНЕЙ УЛИЦЫ.**



— Уровень подготовки высококвалифицированных российских разработчиков не хуже, чем их коллег на европейском рынке. Из самых ярких проектов сразу вспоминается одна из крупнейших поисковых машин Интернета — «Яндекс». Международную известность снискали компании Parallels — лидер на рынке кроссплатформенного программного обеспечения и решений для предоставления хостинга и облачных услуг, Acronics (системные программные продукты, предназначенные для управления средствами хранения информации) и, конечно же, Kaspersky — всемирно известный производитель антивирусного программного обеспечения.

— Владеют ли российские разработчики английским или нужен переводчик?

— В принципе, глупо выходить на международный рынок без знания английского. На каждом этапе моего проекта его координировал англоговорящий менеджер, отвечавший за ход разработки в целом. Отлаженный менеджмент позволяет контролировать процесс так, будто я общаюсь с американской компанией с соседней улицы. Я ценю свое время, для меня была важна скорость принятия решений и ясная отчетность по проекту. Тем более что все проекты в продвинутых российских компа-

ниях ведутся по гибкой методологии разработки программного обеспечения — SCRUM. Что это значило для меня? Я каждую неделю видел результат, мог внести изменения в продукт (придумать новую функциональную возможность и добавить ее в существующий проект, доработать продукт с учетом изменения экономической ситуации), проконтролировать процесс производства.

— Насколько российские партнеры обязательны и исполнительны?

— Я работал с подрядчиками по гибкой методологии ведения проектов, предполагающей еженедельные конференции. Мы с менеджером каждую пятницу определяли список функциональных особенностей продукта, которые компания обязуется за неделю внедрить в приложение. Срывов таких планерок никогда не было. Кроме того, ребята подстраивались под американское время. Они выходили на работу на пару часов раньше только затем, чтобы не доставлять мне неудобств из-за разницы во времени в восемь часов.

— Если западная компания решит обратиться к российским разработчикам ПО, как ей следует действовать, как найти достойного партнера?



— Я бы советовал для начала распросить знакомых об удачном опыте сотрудничества с российскими ИТ-компаниями. Возможно, от друзей вы получите готовые контакты компетентных специалистов. Обязательно нужно промониторить российские рейтинги ведущих разработчиков России — обратите внимание на рейтинги c-news, ruward и cms-magazin. Рейтинги на русском языке, но там непременно есть ссылки на сайты компаний-разработчиков, а там точно будет информация на английском. Просмотрите портфолио первой десятки компаний. Большой плюс, если разработчики уже делали схожие проекты в вашей отрасли. Во-первых, команда, работавшая с подобными проектами, быстрее реализует вашу задачу за счет накопленного опыта менеджеров и разработчиков. А во вторых, некоторые готовые элементы предыдущих проектов можно внедрить в ваш продукт и таким образом неплохо сэкономить на разработке.

— *Какие проблемы могут возникнуть у западного предпринимателя при взаимодействии с российским разработчиком ПО? Как их избежать?*

— Проблемы могут возникать те же, что и при общении с западными специалистами — недостаточная квалификация, срываы проекта по срокам. Поэтому я и советую при поиске подрядчика просматривать общероссийские рейтинги. Они составляются с учетом опыта компании, ее наград, достижений и индивидуальных показателей продуктов в маркетах. ■



Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
на facebook.com





finexpertiza.ru



Законное требование

*Развивая бизнес в России, иностранным
компаниям следует учитывать некоторые
существенные особенности в нормативах
и законодательстве*

ТЕКСТ: ОЛЬГА СЕНАТОРОВА | ФОТО: «ФИНЭКСПЕРТИЗА»



Российские правила ведения бизнеса в некоторых аспектах существенно отличаются от западных стандартов.
О таких различиях необходимо знать, чтобы не столкнуться с неожиданными препятствиями в своей деятельности из-за требований контролирующих органов. О типичных ошибках и о том, как их предупредить, рассказывает Елена Корнетова, руководитель управления бухгалтерского и налогового консалтинга компании «ФинЭкспертиза».

СИТУАЦИЯ



В ходе налоговой проверки торговой компании с участием австрийского капитала ряд ее партнеров проверяющие признали недобросовестными. Имелись в виду так называемые «фирмы-однодневки», которые не осуществляют реальных операций и не платят налогов. На этом основании компании отказали в получении вычета и возврате налога на добавленную стоимость (НДС), а также подвергли штрафным санкциям. По мнению налоговых органов, компания не проявила должной осторожности при выборе контрагентов.



РЕШЕНИЕ

Австрийцы обратились за помощью в российскую консалтинговую компанию. Специалисты проанализировали решение налоговых органов и пришли к выводу, что у инспекторов нет достаточных данных для того, чтобы квалифицировать контрагентов компании как недобросовестных. Соответствующее заключение было представлено Федеральной налоговой службе, благодаря чему компании удалось добиться возмещения НДС из бюджета.

ФАКТИЧЕСКИ В РОССИИ ПОСТАВЛЕН ПОД СОМНЕНИЕ ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЙ ПРИНЦИП ПРЕЗУМПЦИИ ДОБРОСОВЕСТНОСТИ



СИТУАЦИЯ

2

Дочерней организации британской компании в России, торгующей приборами связи, в ходе налоговой проверки предъявили претензии по поводу оформления документов, отражающих хозяйственную деятельность. Оперативно компания смогла предоставить только расчетные документы. В то же время в компании проводилась аудиторская проверка, которая также выявила проблемы с отчетностью. Аудиторы обнаружили нехватку документов для подтверждения достоверности сумм, учтенных в финансовой отчетности расходов и обязательств. Компания обратилась к российским консультантам с просьбой о сопровождении процесса налоговой проверки.

РЕШЕНИЕ

российскими аудиторами и налоговыми органами. По российскому законодательству любой факт хозяйственной деятельности предприятия подлежит документированию для бухгалтерского и налогового учета. При этом важны формальные моменты.

В принципе, по закону в России сейчас не требуют применять единые формы документов. Но в Налоговом кодексе РФ существует положение о том, что расходы, произведенные организацией, должны подтверждаться первичными документами, чья форма установлена законодательством. Также в гражданском законодательстве прописано требование оформлять определенные документы, отражающие хозяйственную деятельность организации, например, акты выполненных работ, приема-передачи имущества, отчеты агента.

Пока российские стандарты бухгалтерского учета остаются прежними и не внесены поправки в Налоговый кодекс РФ, организации желательно сформировать типовой комплект документов по каждой сделке. И следить, чтобы они оформлялись организацией и контрагентами своевременно.



СИТУАЦИЯ**3**

Инвестиционная компания, имеющая французских учредителей и действующая в России, выдала заем своему работнику под 2% годовых. При налоговой проверке выяснилось, что компания должна была удерживать из заработка сотрудника налог на доходы физических лиц (НДФЛ) за получение материальной выгоды. В результате на компанию наложили штраф в размере 20% от неудержанного налога. Компания обратилась за консультацией о том, насколько правомерны действия инспекторов.

РЕШЕНИЕ

Компания обратилась к нам, и мы нашли решение. Наши IT-специалисты разработали программу, соотносящую данные Единого государственного реестра юридических лиц. Специалисты разъяснили, что в России НДФЛ облагаются не только прямые доходы, как на Западе, но и материальная выгода. В том числе под материальной выгодой понимается экономия средств при получении займа по ставке ниже 2/3 ставки рефинансирования Центрального банка РФ. Сумма такой материальной выгода облагается НДФЛ по ставке 35%.

В РОССИИ НДФЛ ОБЛАГАЮТСЯ НЕ ТОЛЬКО ПРЯМЫЕ ДОХОДЫ, КАК НА ЗАПАДЕ, НО И МАТЕРИАЛЬНАЯ ВЫГОДА.

Причем российским законодательством установлено, что исчислять и удержать налог обязан заемодавец, который в данном случае вы-



Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
на facebook.com





Весенний призыв

Программа ведущих столичных выставочных площадок в апреле и мае предлагает широкий выбор ключевых для разных отраслей мероприятий, в том числе самого высокого международного уровня

ТЕКСТ: ИГОРЬ ИВАНОВ



**ДИЗАЙН
И РЕКЛАМА**



ДИЗАЙН И РЕКЛАМА — 2015
design-reklama.ru

14.04 — 17.04

Место проведения:

Центральный дом художника

Профиль: рекламная индустрия

Ежегодная выставка, посвященная коммерческому дизайну и рекламе, проходит при поддержке Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), Ассоциации российских брендинговых компаний (АБКР), Ассоциации компаний-консультантов в сфере общественных связей (АКОС), Клуба арт-директоров России (ADCR), Московской торгово-промышленной палаты (МТП) и других профильных организаций. Это главное отраслевое мероприятие в деловом календаре. В этом году выставка пройдет в 21-й раз. Дизайн-студии и брендинговые агентства покажут свои новые разработки. В программе — профессиональные конкурсы, международные конференции, мастер-классы. Ожидается, что выставку посетят свыше 10 тысяч производителей, поставщиков и заказчиков рекламной продукции со всей России и из-за рубежа.

**РАЗДЕЛЫ
ВЫСТАВКИ**





MININGWORLD RUSSIA — 2015

miningworld-russia.primexpo.ru

21.04 — 23.04

Место проведения:

«Крокус Экспо»

**Профиль: горнодобывающая
отрасль**

19-я Международная выставка технологий и оборудования для добычи и обогащения полезных ископаемых продемонстрирует на экспозиционной территории площадью 8721 кв. м новейшие разработки российских и зарубежных производителей дробильно-сортировочного, бурового и землеройного оборудования, решения для транспортировки и хранения сыпучих материалов, запчасти и комплектующие. В выставке примут участие 320 компаний из 30 стран, представляющих более 300 брендов.

**РАЗДЕЛЫ
ВЫСТАВКИ**





MIFS / ROOMS MOSCOW — 2015

mmms-expo.ru

19.05 — 23.05

Место проведения:

«Крокус Экспо»

Профиль: мебельная

промышленность

Московский международный мебельный салон (MIFS / Rooms Moscow), проводимый при поддержке Министерства промышленности и торговли РФ, Ассоциации мебельной и деревообрабатывающей промышленности, отраслевых союзов, агентств и объединений, — площадка для общения производителей мебели с торговыми компаниями, активного маркетинга и продвижения товаров. Экспозицию составят современная продукция и услуги отрасли. С 2013 года салон проводится в партнерстве с известной выставочной компанией Koelnmesse под брендом «MIFS / Rooms Moscow». В выставке участвуют крупнейшие российские и европейские производители корпусной мебели, ведущие оптовые мебельные компании и мебельные фабрики — всего около 350 участников.

**РАЗДЕЛЫ
ВЫСТАВКИ**



Международная выставка
ЭЛЕКТРО
2015

ЭЛЕКТРО — 2015
elektro-expo.ru



8.06 – 11.06

Место проведения:

«Экспоцентр»

Профиль: электрооборудование

Проводимая с 1972 года международная выставка «Электро» — крупнейшее в России и СНГ деловое мероприятие, посвященное электрооборудованию для энергетики и электротехники, автоматизации и промышленной светотехники. На выставке представлены все сегменты отрасли — от генерации электроэнергии до разных видов ее потребления. В выставке примут участие производители более 20 стран, в том числе Германии, Испании, Китая, Чехии, Индии. Как всегда, свои экспозиции представлят компании Klemsan Electric, Phoenix Contact, TDM-Electrik, Eaton, RPS SPA, Vergokan, EAE Elektrik, Кореневский завод низковольтной аппаратуры, Курский электроаппаратный завод КЭАЗ, концерн «Энергомера», AKEL и др. ■

**РАЗДЕЛЫ
ВЫСТАВКИ**



Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
на facebook.com



ДЕЛОВАЯ МОСКВА

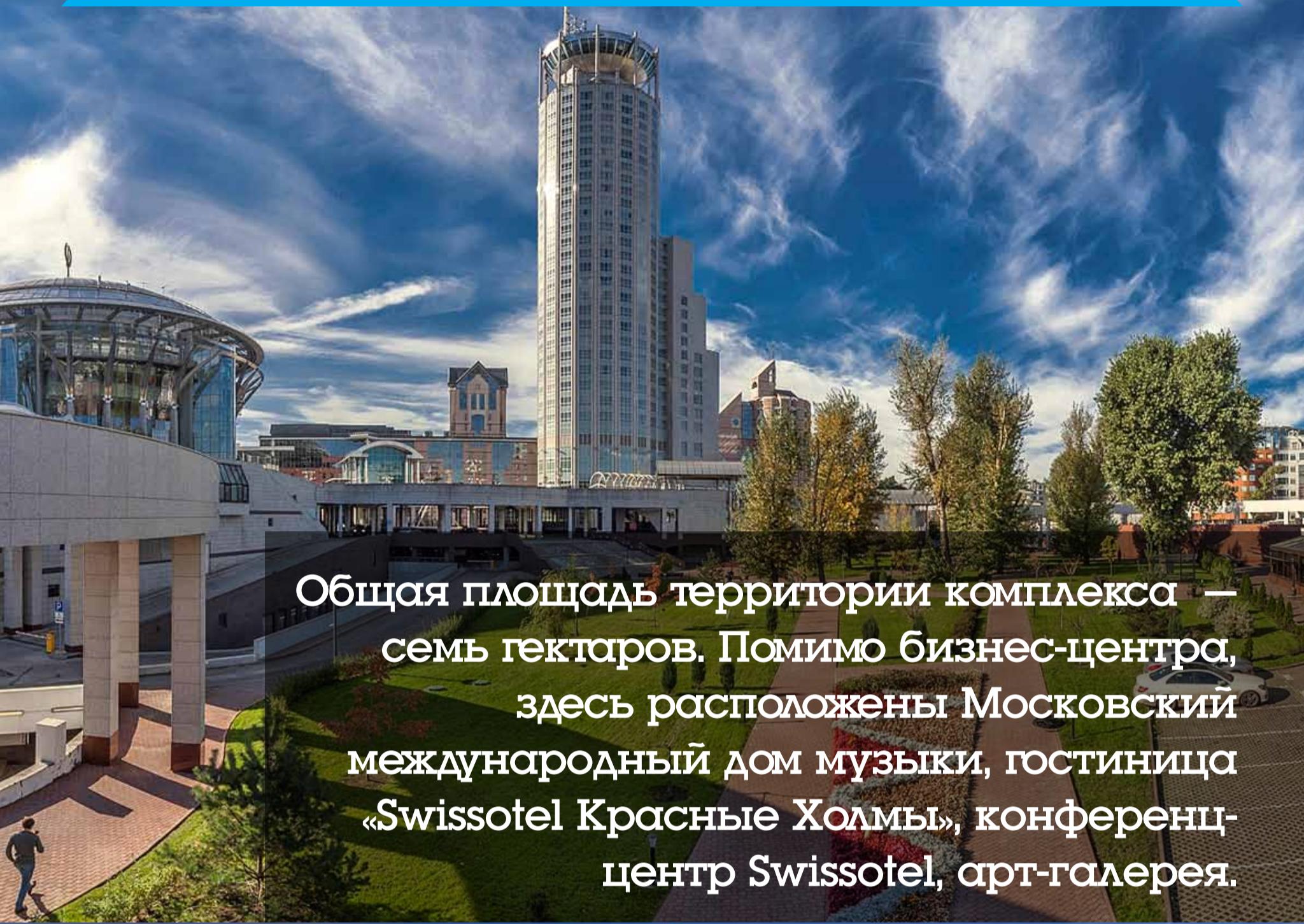
*Культурный и деловой
комплекс **Riverside Towers** –
современная международная
предприимчивость
в историческом центре
русских вековых традиций*

На страже

ФОТО: RIVERSIDE TOWERS



Комплекс **Riverside Towers** возведен
в стилистике старинных русских
монастырей в самом сердце
Москвы, на «стрелке» Кремлевского
острова между Москвой-рекой
и Водоотводным каналом



Общая площадь территории комплекса — семь гектаров. Помимо бизнес-центра, здесь расположены Московский международный дом музыки, гостиница «Swissotel Красные Холмы», конференц-центр Swissotel, арт-галерея.

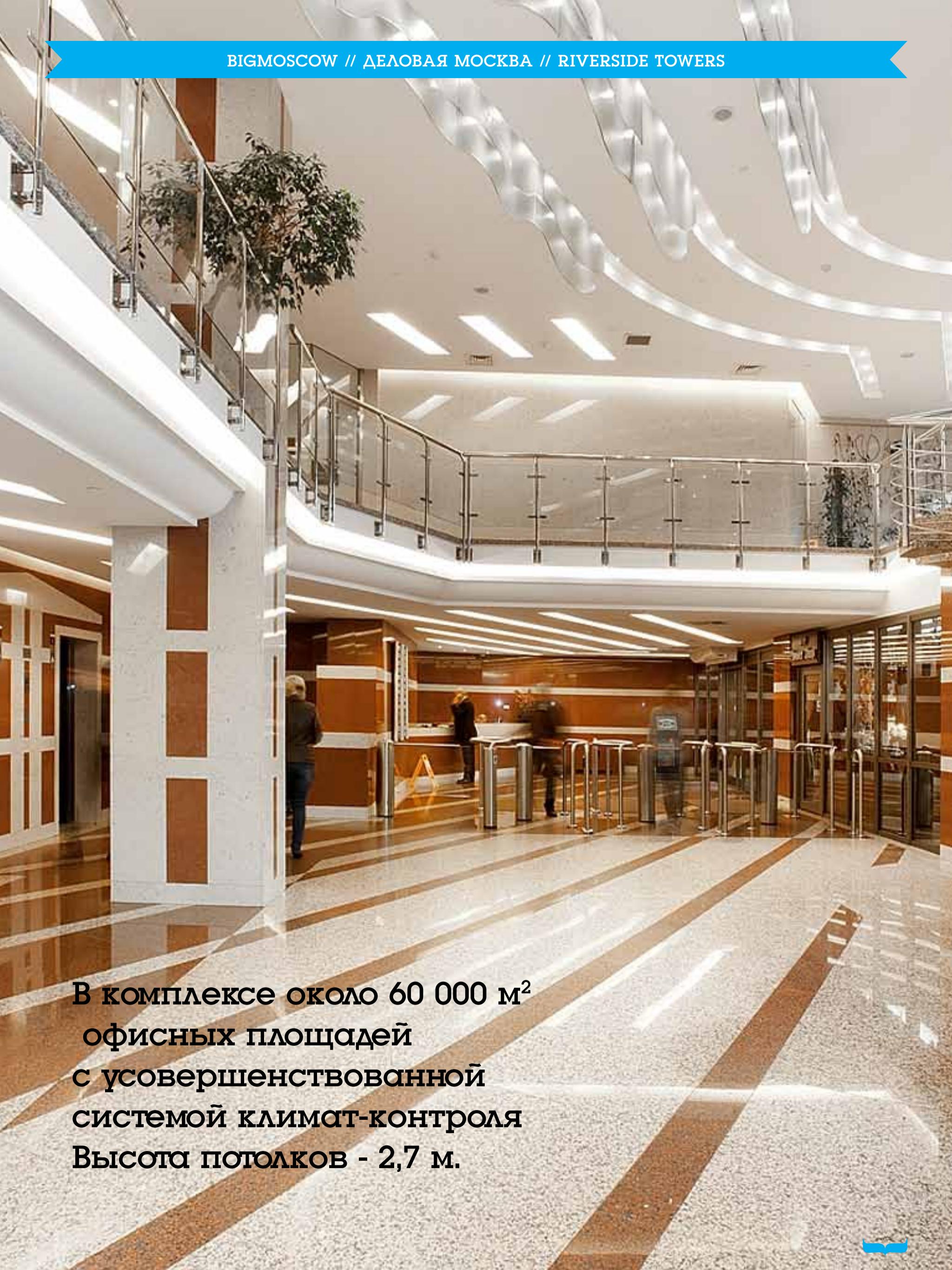
Комплекс находится на набережной, в одном из самых живописных уголков столицы.

Особенно красиво здесь по вечерам, когда зажигаются городские огни.



34-этажная пятизвездочная гостиница «Swissotel Krasnye Holmy» размещает гостей со всего мира в 233 просторных номерах с рабочим уголком, оборудованным большим столом, эргонометрическим креслом и современными информационно-техническими средствами.

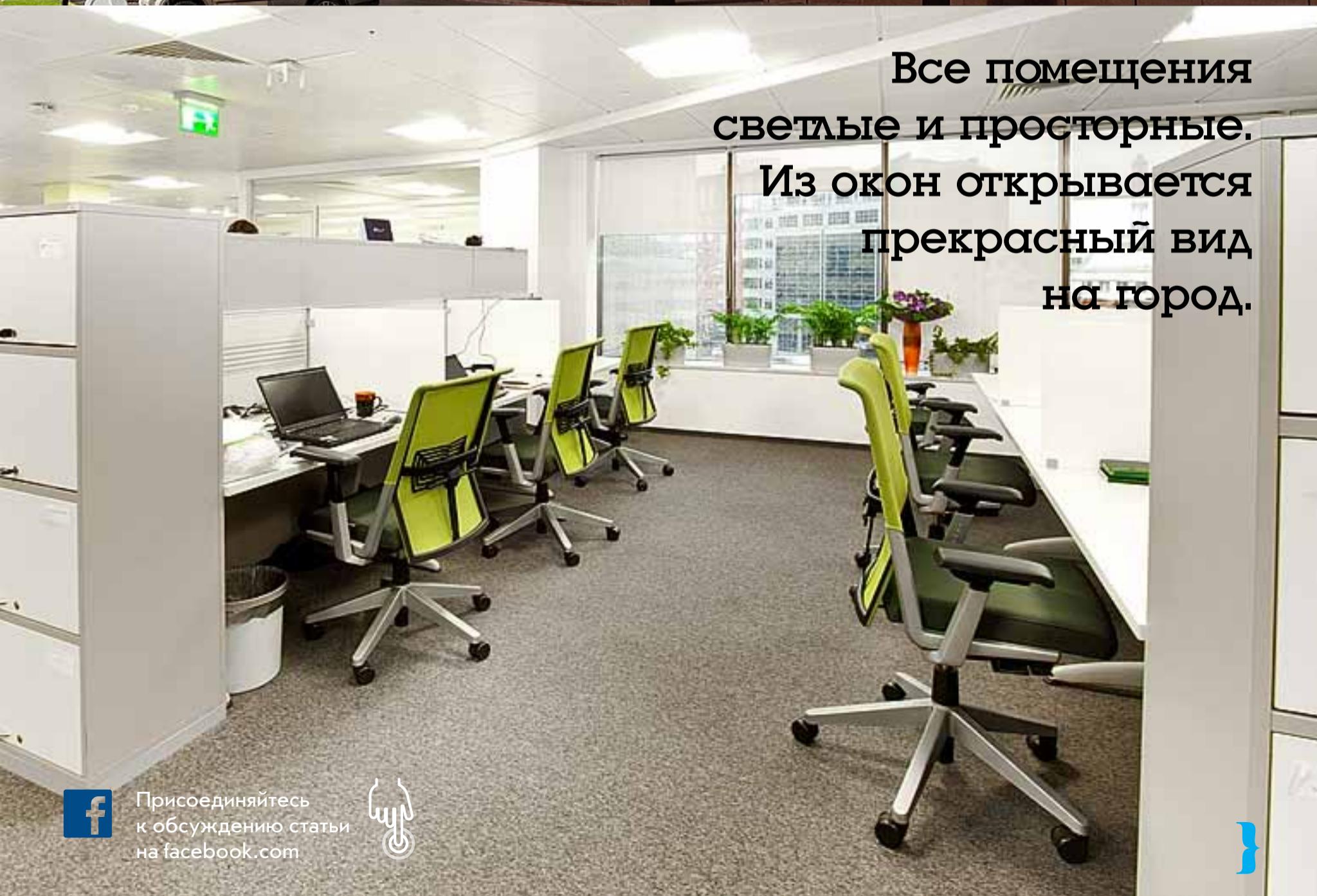




**В комплексе около 60 000 м²
офисных площадей
с усовершенствованной
системой климат-контроля
Высота потолков - 2,7 м.**



В **Riverside Towers** индивидуальный подход к каждому арендатору. При внутренней планировке офиса учитываются все пожелания клиента.



Все помещения светлые и просторные. Из окон открывается прекрасный вид на город.



Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
на facebook.com



ЖИЗНЬ В МОСКВЕ

Француз **Жан-Феликс де ля Виль Боже**
разрушает западные стереотипы
о России, потому что
ясно видит, насколько
они далеки
от реальности



Российская правда

ТЕКСТ: СВЕТЛАНА САМОДЕЛОВА | ФОТО: ЕВГЕНИЙ ДУДИН



*По профессии он адвокат, по призванию писатель. Побывал с гуманитарными миссиями в Судане, Руанде, Камбодже. Два года возглавлял миссию «Врачи без границ» в Ингушетии и Чечне. А в 2008 году занял пост генерального директора пресс-группы «Новый век медиа» в Москве, выпускающей издания на французском и русских языках, в том числе общественно-политическую и деловую газету **Le Courier de Russie**. Какой ему видится современная Россия и в чем заключается русская душа, **Жан-Феликс де ля Виль Боже** рассказал корреспонденту BIGMoscow.*

— В марте 2008 года основатель газеты *Le Courier de Russie*, глава франко-российской торгово-промышленной палаты (CCIFR) Эммануэль Киде, прочитав мои романы, предложил мне возглавить издание. Это была единственная общественно-политическая и деловая газета

на французском и русском языках в России. Я к тому времени уже многое повидал и осознал. Тема «Россия — наш враг» по-прежнему была популярна в западных СМИ. Мне же хотелось показать настоящую Россию. И я принял предложение. Работа оказалась непростой. Главная проблема была в финансировании. *Le Courier de Russie* не представляла интересов каких-либо политических партий и религиозных объединений. Газету поддерживали два француза: Эммануэль Киде и адвокат Жан-Люк Пипон, в прошлом управляющий директор юридического управления «Сбербанк КИБ» (Sberbank CIB). Оба, кстати, живут и работают в Мо-





ске уже более 20 лет. Первый номер газеты вышел в декабре 2002 года. Акционеры хотели с помощью *Le Courrier de Russie* рассказывать русским и французам друг о друге, избегая штампов и стереотипов. Первое время они финансировали газету из собственных средств, но потом такой возможности не стало. Сейчас издание финансируется ис-

ключительно за счет подписки и продажи рекламных площадей.

— Сколько страниц в газете, каковы периодичность, тираж? О чем пишете?

— *Le Courrier de Russie* выходит два раза в месяц в печатном и электронном виде. Печатная версия состоит из 16–20 полос. Тираж —

22 тысячи экземпляров. В каждом номере — аналитика, комментарии, интервью российских и французских писателей, художников, музыкантов, политиков, предпринимателей. Мы стремимся формировать у читателя объективный взгляд на российскую действительность. Моя задача, чтобы газета выходила не только сейчас, но и существовала в перспективе.

— Кто ваши сотрудники?

— Главный редактор печатной версии — русская, Инна Дулькина.

— *Можете рассказать о своих читателях?*

— Что касается печатного издания газеты, мы провели опрос и выяснили, что один номер читают в среднем два человека. То есть 22 тысячи экземпляров охватывают сорокатысячную аудиторию. В Москве около 3 тысяч французских домохозяйств, в Санкт-Петербурге еще около 400. (Подписка стоит около 6 тысяч рублей в год, теперь это меньше ста евро). Остальные наши читатели — франкоговорящие россияне. В кафе, ресторанах, учебных центрах, аэро-

**Было бы хорошо, если бы мы взяли
интервью у президента России
Владимира Путина.**

Главный редактор интернет-версии — француженка, Нина Фасье. Есть заместитель главного редактора, переводчики, контент-менеджер, веб-мастер, арт-директор, коммерческий отдел. Всего 5 человек. Среди журналистов — русские, французы, бельгийки. Все они владеют французским и русским языком. Некоторые статьи мы переводим из российской прессы. Ездим в пресс-туры, если наших сотрудников приглашает какой-то регион.

портах и самолетах Le Courrier de Russie распространяется бесплатно. Если брать интернет-версию газеты и продукцию нашего издательского дома в целом, то тут данные более точные. 58% тех, кто заходит на сайт нашей газеты, живут во Франции, 12% — в России, остальные 30% распределены между Бельгией, Швейцарией, Канадой и США. Как видите, у нас довольно обширная читательская аудитория.





Тема «Россия — наш враг» по-прежнему была популярна в западных СМИ. Мне же хотелось показать настоящую Россию.

— Кто определяет политику газеты? Прислушиваетесь ли вы к советам акционеров?

— Наши акционеры не имеют доступа к газете до ее выхода. Не было ни одного случая, когда бы они обратились ко мне с просьбой, чтобы вышла та или иная статья. За шесть лет, что я возглавляю газету, они мне сделали лишь одно замечание и то после публикации.

— Есть заметка или интервью, о котором вы мечтаете?

— Для газеты было бы хорошо, если бы мы взяли интервью у президента России Владимира Путина, председателя Правительства Российской Федерации Дмитрия Медведева или мэра Москвы Сергея Собянина. Это газете пошло бы на пользу. Что касается меня лично, то если выбирать между министрами, послами и простыми людьми, пусть даже без определенного места жительства, я бы предпочел взять интервью у последних. Люди, у которых нет вы-

сокого социального статуса, ближе к настоящей жизни, им не нужно играть какую-то роль перед журналистами. Они такие, какие есть на самом деле. Честно говоря, то, что Le Courrier de Russie существует, — воплощение моей мечты. У нас есть офис, редакция, мы в конце месяца платим сотрудникам зарплату... О чем еще мне мечтать?

— Какие из российских газет и журналов вам импонируют?

— Деловой еженедельник «Эксперт», журналы «Коммерсантъ-Власть» и «Русский репортер». Сибирский интернет-журнал Siburbia, рассказывающий о той Сибири, в которой люди живут, и о той, в которой хотели бы жить. Общественно-политический и литературный журнал «Русская жизнь». Правда, он больше не выходит по финансовым причинам.

— В соавторстве с Инной Дулькиной вы написали кни-

**В Москве около 3 тысяч французских
домохозяйств, в Санкт-Петербурге
еще около 400.**



гу «*Il est des Russes. Русские. 24 встречи: фотографии и интервью*». Среди героев этой книги – музыкант Юрий Шевчук, доктор Елизавета Глинка, космонавт Александр Серебров, актриса Рената Литвинова, депутат Оксана Дмитриева, участница скандальной феминистской панк-группы *Pussy Riot* Екатерина Самуцевич. Наверное, вы не плохо разобрались в загадочной русской душе. Что скажете о менталитете россиян?

— Россияне меньше лгут самим себе, чем французы. Мы хотим, чтобы все у нас было красиво и благообразно — одежда, отношения, а русским на это наплевать. Им не нужна красивая видимость, презентация отношений. Они не заботятся о собственном имидже. Если не хотят улыбаться, то и не будут улыбаться, если не хотят быть любезными и вежливыми, то и не будут притворяться. Они не пытаются показать себя в лучшем свете, произвести впечатление. Дистанция между образом, который они создают, и их

сутью очень мала. Мне кажется, это хорошо. Своим примером россияне побуждают французов меньше лгать самим себе.

— А есть то, что вам в русских не нравится?

— Если бы мне что-то в русских не нравилось, я бы уже уехал из России.

— Французы с русскими в чем-то похожи?

— С одной стороны, мы очень близки, когда речь идет о культурных ценностях. Французов опять же трогает музыкальность русского языка, а русских — французского. Есть геополитические вопросы, касающиеся союзничества России и Франции. С другой стороны, мы очень и очень разные. Живут в России сегодняшним днем, а французы все планируют. По этому поводу очень хорошо сказал один из героев нашей книги режиссер Павел Лунгин: «Во Франции даже самый последний бомж скажет тебе, что может встретиться с тобой только в пятницу после пяти».

Живут в России сегодняшним днем, и в этом особенности русской души.





Я предпочитаю отдыхать на концерте классической музыки или балете.

— Что бы изменилось в вашей деятельности, если бы подобную газету вы возглавили бы во Франции?

— Пресса — это везде сложно. Например, французский сатирический журнал Charlie Hebdo, сотрудников которого расстреляли террористы, каждый месяц пытался где-то получить финансирование. Я думаю, что если бы газета Le Courrier de Russie была в Париже, я бы ею не занимался. Что интересно в моей работе — это то, что я каждый день говорю с русскими. На чем зиждется наша газета — это именно русские люди. Наш главный редактор — русская и последнее редакторское слово остается за ней. От имени русского человека она обращается к французам, в этом и заключается ценность нашей газеты.

— Вы в Москве уже девять лет. Насколько это дорогой город для иностранцев?

— Я не считаю, что Москва дорогой город. Рейтинги, которые составляются, чаще всего базируются на

самых дорогих квартирах, в самых дорогих районах. То же касается и ресторанов. Около нас, например, есть немало кафе, где бизнес-ланч обходится в 260 рублей (примерно 4 евро). Можно пообедать вкусно и недорого.

— Насколько дорога аренда квартир и офисов в Москве?

— Это вполне сравнимо с ценами в престижных парижских районах.

— Достаточно ли, на ваш взгляд, мест отдыха в Москве?

— Зимой в Москве заливают очень много катков. Покататься можно как на больших, так и на дворовых площадках. Летом можно пойти в парк, прогуляться по скверу. Конечно, если сравнивать с западными городами, там больше облагороженных мест отдыха, чем в Москве. Но здесь множество театров, музеев. Постоянно проходят новые выставки. Я предпочитаю отдыхать на концерте классической музыки или балете.

— Будь вы мэром Москвы, над чем бы вы поработали?

Я не считаю, что Москва дорогой город.





**Россияне меньше лгут самим себе,
чем французы.**

— Сейчас все больше улиц становится пешеходными. Я бы и дальше действовал в этом направлении и запретил въезд машинам во всю центральную, историческую часть Москвы. Устроил бы перехватывающие парковки за пределами Бульварного кольца.

— Что бы вы сказали иностранцам, которые раздумывают, ехать им на работу в Россию или нет?

— Следует всегда отличать факт от того, как его преподносят. Например, когда я ехал в столицу Судана Хартум, то меня пугали, что там все ужасно, что везде сплошная война. Но приезжая в Хартум, я всякий раз видел немного другое: война была, но не везде. Это так называемый «эффект расстояния», который увеличивает проблемы. То же самое и с Россией, о которой в Европе сложилось предвзятое мнение. Ее представляют страной, где есть икра,

мафия и наркотики. Часто местные недостатки раздуваются и гиперболизируются. Всем сомневающимся я бы советовал не читать никаких газет, кроме *Le Courrier de Russie*. А если серьезно, не нужно полагаться на негативный имидж Москвы и России в целом, надо приехать, посмотреть и понять, опасно здесь жить и работать или нет. Я всегда по этому поводу привожу пример. В полночь в московском метро всегда можно встретить девушек в коротких юбках и на высоких каблуках. В парижском метро в таком видеходить очень не рекомендуется. Десять дней назад я был в Восточной Африке, в столице Кении, в Найроби. Вот там жить действительно сложно. Каждую минуту чисто физически ощущаешь беззащитность и приближение опасности. Чего никак не скажешь о Москве. На мой взгляд, это абсолютно безопасный город. Я не сижу в одной Москве, бывает, что выезжаю в пригород и много езжу по России. Недавно я был

Не нужно полагаться на негативный имидж Москвы и России в целом, надо приехать, посмотреть и понять, опасно здесь жить и работать или нет.





в Ярославле, Рыбинске и Ростове. Побывали мы с сотрудниками и на Соловецких островах, на архипелаге в Белом море на входе в Онежскую губу, о чем рассказали потом в специальном номере. А еще хотелось бы съездить во Владивосток, на Камчатку, в Сибирь, к Черному морю, в Да-

гестан. Россия огромна, люди в ней самобытны, а это значит, нам есть о чем еще рассказать читателям. ■



Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
на facebook.com



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 Владислав Кулаков

Редакторы Леонид Соколов, Екатерина Колосова, Александр Пигарев

Выпускающие редакторы Владимир Мохов и Валерий Дробот

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, немецкую
и китайскую версии



Ссылка в **Google Play**
на английскую, немецкую
и китайскую версии