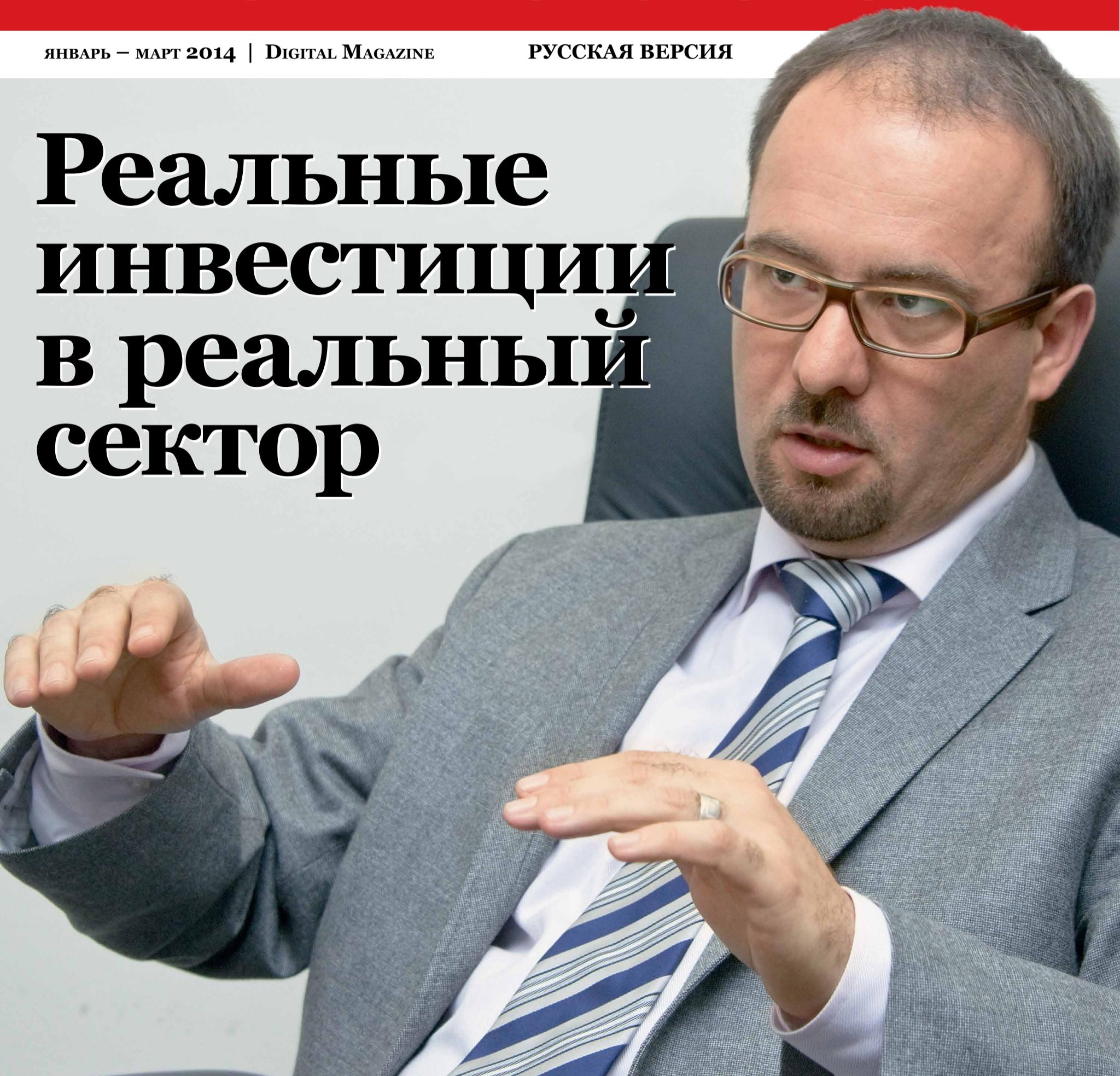


BIGMOSCOW

ЯНВАРЬ – МАРТ 2014 | DIGITAL MAGAZINE

РУССКАЯ ВЕРСИЯ

Реальные инвестиции в реальный сектор



Француз Арно Дюбъен

Какие перспективы
открывает Московская
агломерация?

**Итальянец
Массимо Галано**
Как сделать модным
нишевой бизнес?

**Голландец
Ван Дейк**

Кого ищет Москва
на рынке труда?

Содержание

BIGMOSCOW

январь – март

2014

ПЕРСОНА



Большая Москва

Директор франко-российского аналитического центра *Observatoire Arno Dubien* раскрывает инвестиционный потенциал крупнейшего рынка Европы — Московской агломерации.

5

Хотите открыть бизнес в Москве?

5 советов дает директор франко-российского аналитического центра *Observatoire Arno Dubien*.

ЛИЧНЫЙ ОПЫТ



Модная ниша

Итальянец **Массимо Галано** основал в Москве компанию *Modabella* и обеспечил москвичей модной итальянской одеждой по самой доступной цене.



Поделись с друзьями

Благодаря реферальному маркетингу и собственной предприимчивости американец **Саймон Проект** запустил в российской столице один из самых крупных и успешных стартапов последних лет.



Нужный человек

Голландец **Вальтер Ван Дейк** и его кадровое агентство *G-Nius* подберут нужного российского специалиста или экспата на любую позицию в московском подразделении вашей компании.

НА РАБОТУ В МОСКВУ



Молодой специалист

Американец **Джаред Баррел** после университета отправился делать карьеру за океан, в Москву, и не пожалел об этом.

ТОРГОВАТЬ С МОСКОВЬЮ



Логистика через пробки

Джованни Гарильяно организовал поставки кофейных капсул, и теперь московские кофейни ни в чем не уступают итальянским.



BIGMOSCOW



Как читать журнал



1 Главное меню

Прикоснитесь к экрану для его появления.

2 Архив номеров

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

3 Назад

Эта стрелка вернет вас к предыдущему материалу.

4 Содержание

Полный список материалов выпуска.

5 Подробное содержание

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

6 Панель быстрой навигации

Быстрый переход по страницам издания.

7 Social Sharing

Делитесь интересными материалами с друзьями!

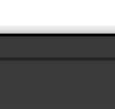
8 Закладки

Добавляйте понравившиеся материалы в закладки.

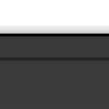
Условные обозначения



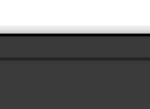
Дополнительный контент



Ссылка



Отправить письмо



Видео



Продолжение статьи



Следующая статья



Прокручивающийся текст

6

ПЕРСОНА

Большая Москва

Директор франко-российского аналитического центра *Observatoire Arnault* Арно Дюбъен рассказывает о том, что сулит западным инвесторам
Московская агломерация

ТЕКСТ: ВЛАДИМИР МОХОВ | ФОТО: ФРАНЧЕСКО РОССИНИ

Возглавляемый Арно Дюбьеном аналитический центр «Обсерво» (*Observatoire franco-russe*) создан по инициативе экономического совета Франко-российской торгово-промышленной палаты CCIFR, для того чтобы обеспечить зарубежных инвесторов всей полнотой рыночной информации. У Арно Дюбьена есть ясное понимание того, с чем и как приходить в Москву иностранным инвесторам. А еще у него безукоризненный русский язык и превосходное чувство юмора.

— Господин Дюбьен, российские власти не устают зазывать иностранных инвесторов. А те все сомневаются.

Почему?

— Я бы не смотрел на ситуацию так пессимистично. По крайней мере, французские инвесторы идут в Россию активно. Переход наступил 3-4 года назад. Как ни странно, произошло это во время кризиса. Прямые французские инвестиции на 1 января 2013 года превысили 12 млрд евро. Сейчас еще больше. Франция вышла на третье место по уровню инвестиций в российскую экономику, если не считать инвестиции из оф-

шоров. В Россию, пусть и с некоторой задержкой по сравнению с другими странами, пошли крупные французские игроки. Причем разные — банки, ритейл, энергетические и автомобилестроительные компании, химические и аграрно-промышленные предприятия.

— Получается, их подтолкнул кризис?

— Во многом это именно так. Кризис не мешает, а способствует инвестициям в Россию. Здесь есть возможности для извлечения прибыли.

Здесь, несмотря на объективные трудности, сохраняется потенциал для роста. Взять хотя бы Bonduelle — не самую крупную французскую фирму, выпускающую овощные консервы. Представьте, треть их суммарного дохода приходится на Россию. Сначала они, как и все, открыли здесь



свое представительство, некоторое время присматривались, а потом запустили бизнес. И бизнес пошел. Москвичи давно привыкли к зеленому горошку или кукурузе марки Bonduelle. Причем, выращивают все это не во Франции, а в Краснодарском крае. И жестяные банки делают на месте, и этикетки... У Bonduelle около 40 фирм-партнеров в этом регионе. Это рабочие места и налоги, которые остаются здесь, в России. Несмотря на первоначальные опасения, доходы оказались больше, чем в Евросоюзе. Работать в России выгодно. И даже те в руководстве Bonduelle, кто сомневался, надо ли столько ставить на Россию, убедились, что это самый успешный их проект.

— Оказался ли заразительным пример Bonduelle?

— Решения принимаются, исходя из конъюнктуры рынка. Ведь энергетическая компания не может ориентироваться на успех производителей овощей, и наоборот. Каждый действует самостоятельно, но общие

тенденции, безусловно, улавливают все. Ведь Bonduelle — далеко не единственный пример успешных инвестиций. На российском рынке, причем в самых разных регионах, эффективно работают и многие другие французские компании.

— Например?

— Французы строят очистные сооружения в Находке. С участием французских партнеров к саммиту АТЭС во Владивостоке построен знаменитый вантовый мост «Русский». В Алтайском крае, лидирующем в России по производству сыров, открыт Международный колледж сырodelия. В Нижнем Новгороде канатная дорога, построенная французской POMA, решила важную транспортную проблему. В Петербурге возводят аналог знаменитого парижского продовольственного рынка Rungis. Французский авиапромышленный концерн Safran уже вложил в экономику России миллиард евро и рассматривает возможность покупки дополнительных активов. Тверской

Парадокс: многие не верят, что у россиян с французами гораздо больше совместных проектов, чем с теми же американцами.



вагоностроительный завод и французская компания Alstom накануне открытия Олимпийских игр в Сочи реализовали для РЖД проект по выпуску двухэтажных вагонов — они уже эксплуатируются на маршруте Москва – Сочи. Это далеко не полный список. Торгово-экономические отношения Франции с Россией тем и отличаются, что у нас очень широкий диапазон сотрудничества — от сельского хозяйства до космоса и ВПК.

России на Ямале, и вошла в капитал российской группы компаний «Новатэк». А возьмите самолетостроение. В новом российском ближнемагистральном пассажирском самолете Sukhoi Superjet 100 не только авионика, но и еще много чего французского. Двигатель делают в Рыбинске на совместном франко-российском предприятии. Там живут и работают несколько сотен французских специалистов. И об этом опять-таки мало кто знает.

Кризис не мешает, а способствует инвестициям в Россию. Здесь есть возможности для извлечения прибыли.

Парадокс: многие не верят, что Франция — третья страна по прямым иностранным инвестициям, что у россиян с французами гораздо больше совместных проектов, чем с теми же американцами.

— Наверное, мало пиара?

— Пожалуй. Хотя всем известно, что Renault купил «АвтоВАЗ». Société Générale приобрел контрольный пакет акций Росбанка. Французская компания Total разрабатывает самый перспективный нефтегазовый проект

— Чем вы объясняете повышенный интерес французских инвесторов к России?

— Интерес к России есть и у немцев, и у китайцев, наращивающих свое присутствие в России впечатляющими темпами. Франция старается не отставать. Почему? Прежде всего, потому что наша продукция — от продовольствия до самолетов, трамваев, турбин для атомных электростанций, которые в рамках совместных предприятий производятся здесь же, в России — востребо-





Вместе с областью население Московской агломерации составляет 23 млн человек. Это крупнейший рынок Европы!

вана. Примечательна структура французского экспорта в Россию. Две трети — это высокотехнологичная продукция, содействующая модернизации российской экономики. Это как раз то, чем больше всего озабочена команда Владимира Путина. Президент России откровенно говорил об этом и в рамках Международного дискуссионного клуба «Валдай». Если другие страны поставляют в Россию в основном разный ширпотреб, овощи или фрукты, то мы этим не ограничиваемся, стараясь делать упор на инновационный экспорт. Российскими бизнесменами и государственными чиновниками это не остается незамеченным.

— Как вы оцениваете сотрудничество с Москвой? Чем столица России привлекательна для французских инвесторов?



— За редким исключением, французские компании приходят в Россию именно через Москву. Здесь у них расположены и головные офисы. Кстати, в 1990-х годах шли, как правило, через Петербург, тогда это было «банковское окно» в Россию.

Москва — прежде всего, гигантский рынок. На «Валдае» мы общались и с мэром Москвы Сергеем Собяниным. Он назвал такие цифры: вместе с областью население Московской агломерации составляет 23 млн человек. Это крупнейший

рынок Европы! И все французские предприятия, делают ли они автомобили или производят консервы, прекрасно знают, что Москва — это средоточие власти, финансов и деловых партнеров. Здесь их надо искать, договариваться. Вообще, доля Москвы в российско-французском товарообороте составляет порядка 50%.

За редким исключением, французские компании приходят в Россию именно через Москву.

Сегодня активно развивается проект «Большая Москва». Еще один показательный пример. В недавнем конкурсе концепций развития Московской агломерации победил проект французской компании Grumbach-Wilmotte, разработчика проекта «Большой Париж». Французам есть чем поделиться с москвичами. Это касается не только архитектуры, но и модели управления городским хозяйством, организации транспортной инфраструктуры. Я уже не говорю о том, как бурно развиваются в Москве французские торговые сети Auchan, Leroy Merlin, Decathlon. Эти бренды сегодня знают практически все москвичи и многие россияне. Кстати, Auchan сейчас — первый в России иностранный работодатель. В его магазинах трудятся 25 тысяч россиян.

А недавно в Москве открылся магазин Le Bon Gout — специально для французов. Через полгода постоянной жизни в другой стране у многих наступают приступы кулинарной ностальгии. Поэтому, например, для

русских в Европе есть магазины, где можно купить бородинский хлеб или мороженое в вафельном стаканчике. В Москве живет много французов. Раньше они, возвращаясь с родины, везли с собой чемоданы еды. Теперь им не надо этого делать, потому что есть магазин Le Bon Gout. Некоторые французские экспаты, улетая из Москвы в Париж на Рождество, берут с собой фуа-гра — только представьте, из России во Францию!

— Это знаковый пример. Не свидетельствует ли он о том, что в Москву могут прийти не только крупный или средний французский бизнес, но и небольшие компании? Есть ли здесь место для «маленьких»?

— Есть, и я знаю порядка полусотни таких французских компаний. Начинали они, как правило, скромно. А теперь кто-то уже стал «крупным». Но «маленьких» в Москве и России в целом пока все-таки меньше. Это одна из проблем. Не так много здесь и средних французских предприятий.

Миновали времена, когда в Москве можно было просто что-то продавать. Сегодня надо инвестировать в производство.



Но это особенность самой Франции: у нас либо очень крупные, либо маленькие. И они все-таки побаиваются идти в Россию. Выход на внешние рынки им кажется авантюрой.

Следующий этап развития наших отношений — как раз привлечение тех малых и средних французских предприятий, которым есть что предложить российскому потребителю. Недавно я общался с представителями компании Desjoyaux, делающей

инвесторов ощущается легкое разочарование. Делались слишком большие ставки, и они зачастую не оправдались. Там очень жесткий местный контекст. Непросто находить партнеров. Там можно делать большие деньги, но это очень сложно по любым меркам.

Как поступают в таком случае инвесторы? Смотрят на карту мира, и видят Россию! Пусть здесь не миллиард с лишним населения. Но 143 мил-

Следующий этап развития наших отношений — привлечение малых и средних французских предприятий.

бассейны. В России они уже торгуют, но через агентов. А сейчас хотят обосноваться серьезно. Потому что видят свободную нишу. Замечают интерес к своей продукции. Спортивные, семейные, дачные бассейны в Москве и Подмосковье весьма востребованы. А другие рынки в мире либо полностью поделены, либо не очень перспективны. Например, до Китая, где интерес к бассейнам тоже есть, слишком далеко. Кстати, к Китаю иностранные инвесторы как-то теряют интерес, эта страна «выходит из моды». По крайней мере, среди французских

лиона тоже немало. Растет средний класс. Растет потребление.

— Как же привить инвесторам моду на Россию?

— Когда кто-то видит, что другие получают здесь высокую прибыль, то он задается вопросом: почему не попробовать и мне? Но это не мода. Чтобы привить моду, России нужен другой имидж.

— Вы как раз этим занимаетесь. Поддерживаете оперативной аналитикой руко-



водителей компаний-членов Франко-российской торгово-промышленной палаты, выступаете в Национальной ассамблее Франции по вопросам, связанным с Россией. Насколько это сегодня востребовано?

— Это востребовано в наших странах политиками, депутатами, бизнесменами. Наша задача — расширить круг людей, заинтересованных Россией. Наш аналитический доклад «Россия-2013» мы презентовали в Национальной ассамблее Франции и на Санкт-Петербургском международном экономическом форуме. Принцип нашей работы — не упускать ничего важного. Касается ли это политики или экономики, происходит в Москве или в каком-то регионе — мы стремимся к тому, чтобы видеть полную картину событий. Нам интересно все. Вплоть до изменения полномочий мэров городов. Ведь инвесторы общаются с конкретными людьми, и они должны понимать, кто эти люди, есть ли у них властные перспективы.

Одновременно мы стараемся разъяснять, что происходит во Франции во всех областях ее политической и экономической жизни. У Франции и России много общих тем и интересов, и мы будем содействовать взвешенному и рациональному диалогу по всем вопросам.

Помимо основного доклада мы выпускаем другие аналитические про-

дукты. И видим, что наибольшим спросом пользуется мониторинг по российским регионам. Инвесторам интересно знать, что там происходит. Чего ради, к примеру, итальянская делегация побывала в Челябинске или Саратове. Это нормальная рыночная аналитика. Представьте, что на нашей презентации в Национальной ассамблее Франции собралось 600 человек. Очередь была, как в Советском Союзе за колбасой! Вот такой интерес к России.

— Арно, вы нарисовали весьма оптимистичную картину. А что до сих пор мешает развитию франко-российских отношений в целом?

— Есть определенный негативный политический фон, но он не мешает развитию экономических отношений. Я бы выделил несколько факторов. Один краткосрочный и конъюнктурный — это Сирия. Все хотят, чтобы там был мир. И в Елисейском дворце, и в Кремле понимают, что с войной надо заканчивать. Но есть разные подходы к личности нынешнего президента Сирии. К счастью, после принятия так называемого «плана Путина» военный сценарий отодвинут. Несмотря на все публичные заявления и согласия, еще не факт, что «Женева-2» состоится и снимет эту проблему, но накал страстей снизился.

Сирийский фактор нельзя не



учитывать, но мы обязаны смотреть дальше. Вот почему центр Observatoire подготовил 20 предложений по развитию перспективного партнерства России и Франции. Кстати, мое любимое предложение — пригласить Россию в качестве почетного гостя на военный парад в День взятия Бастилии 14 июля 2014 года. Ведь мы были союзниками в обеих мировых войнах. (От редакции: уже после интервью стало известно, что Франсуа Олланд пригласил принять участие в параде все страны, участвовавшие в Первой мировой войне, таким образом Россия приглашена на парад).

Все остальные предложения в той или иной степени направлены на то, чтобы мы активнее контактировали, предлагали свой опыт друг другу. А в том, что это взаимовыгодно, сомнений нет. В той же Москве сейчас колоссальные потребности в модернизации инфраструктуры — в сфере ЖКХ, дорог, транспорта. И если вместе с российскими партнерами французские специалисты строят сейчас автостраду Москва — Петербург, значит, они могут строить и многое другое. Прорабатывается проект железнодорожного кольца вокруг российской столицы. То есть речь идет не просто о поставках или производстве в России какого-то оборудования, а о решении болезненных транспортных проблем. У нас есть опыт их

решения, есть конкретные предложения. Кроме того, после расширения Москвы здесь собираются развивать целые индустриальные кластеры. А у нас система таких кластеров давно сложилась, их около 60. Они объединены по территориальному и отраслевому принципу. И здесь мы тоже можем быть полезны друг другу. Поэтому что в самой Франции наиболее сильным из этих кластеров уже тесновато, они думают, в какие страны идти, с кем сотрудничать. И многие присматриваются к Москве и Подмосковью.

— Какие сферы наиболее привлекательны для инвестиций в России? Что еще осталось неохваченным в той же Москве?

— Всегда можно предложить что-то новое, более конкурентоспособное. Например, во Франции между Парижем и Лионом установлено самое быстрое в мире интернет-сообщение. Почему бы не сделать то же самое и в Москве? В российской столице хотят создать крупный финансовый центр. Здесь точек приложения взаимных усилий может быть множество. Что касается инвестиционной привлекательности, то практически все французские компании, представленные в России, имеют хорошую прибыль. Мне даже трудно что-либо выделить. Многое зависит от техно-

логий, конъюнктуры, скачков цен на биржах и т. д. Сегодня выгоднее вкладываться в одно, завтра в другое. В любом случае все инвесторы, которые приходят в Москву, рассчитывают на прибыль. И расчеты эти, как правило, оправдываются.

Миновали времена, когда в Москве можно было просто что-то продавать. Сегодня надо инвестировать в производство. И выпускать совместный конкурентоспособный продукт. Представьте, один француз лет двадцать назад приехал в Россию, открыл под Липецком свиноводческий комплекс, потом наладил производство специальных полов для таких комплексов для других предприятий, открыл вторую очередь комплекса. Сейчас у него очень хорошие позиции на рынке. Он инвестировал 50 млн евро и собирается довести эту сумму до 80 млн евро. Стал бы он этим заниматься, если бы не было выгодно?

Года два назад проводили опрос среди европейских инвесторов. Тех, кто уже работает в России, спрашивали, будут ли они вкладываться сюда еще. А у тех, кто думает, идти ли сюда, интересовались, реализуют ли они свои замыслы. Так вот, 90% тех, кто уже инвестировал в Россию, собирались наращивать инвестиции. А из тех, кто раздумывал, только половина собрались открыть дело в России. Ка-

ков вывод? Когда ты здесь, то лучше осознаешь потенциал этой страны. А когда еще там, дома, то продолжаешь чего-то побаиваться. Важно перейти эту критическую черту. Те, кто перешли, как правило, не жалеют. Причем, это не те, кто сломя голову бежит из Франции, как наш известный актер...

— Кстати, что вы скажете о «факторе Жерара Депардье»? Чего здесь больше — пиара или реального стремления найти более привлекательную базу для своего капитала?

— Это был импульсивный поступок с его стороны, а получилось, к сожалению, как шутка со знаком минус. Минус для всех. И для него самого, и для России, и для Франции. Этот поступок недостоин такого великого актера. Но он непоказателен для российско-французских отношений. Да он сам еще когда-нибудь вернется, потому что он стопроцентный француз.

В Россию надо идти не так, как Депардье. Не экспромтом в стиле Сирено де Бержерака. Без артистизма, а продуманно и сознательно. Не во вред ни себе, ни исторической Родине. Хотя артистизм чуть-чуть все-таки нужен. Мы же французы! ■



СОВЕТОВ ОТ

АРНО ДЮБЬЕНА

ДЛЯ ТЕХ, КТО ХОЧЕТ ОТКРЫТЬ

БИЗНЕС В МОСКВЕ



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

ЛИЧНЫЙ ОПЫТ



**Итальянец
Массимо
Галано
нашел
в Москве
модную нишу
и заполнил
ее своим
товаром.**

**Американец
Саймон
Проект
включил
сарафанное
радио
Интернета
на полную
громкость.**

**Голландец
Вальтер ван
Дейк
подберет
для вашего
московского
бизнеса
гениальных
специалистов.**



Модная ниша

Итальянец **Массимо Галано** открыл в Москве нишевой бизнес и сразу нашел благодарного потребителя

ТЕКСТ: НИКОЛАЙ МИРОШНИК | ФОТО: ЕВГЕНИЙ ДУДИН

Уроженец курортного городка Кастелламаре-ди-Стабия, что в 25 километрах от Неаполя, проработав полтора десятилетия на родине в сфере обслуживания и туризма, четыре года назад покинул родные берега и отправился в далекую и совсем не курортную Москву, чтобы создать здесь собственный бизнес по торговле модной итальянской одеждой.

СДЕЛАНО В ИТАЛИИ

— Чем вы занимались на родине?

— Последние семь лет я управлял популярным винным баром в центре Сорренто. Работа нравилась: все время с людьми, а я человек общительный. Но я понимал, что перспективы у меня никакой нет. А хотелось чего-то большего, какого-то собственного дела.

— Это и привело вас в Москву?

— Тогда я о Москве не думал — слишком далеко. Но потом сошлись вместе обстоятельства, я бы сказал, экономического и личного характера. Во-первых, кризис, удариивший по югу Италии сильнее, чем по другим регионам. Я понял, что мой бар может долго не протянуть. Надо было переходить от мечтаний к действиям, которые обеспечили бы мое будущее.

Аличные обстоятельства заключались в том, что несколькими годами ранее на одном из местных интернет-форумов объявилась девушка из России. Она сообщила, что изучает итальянский язык. У нас завязалась интернет-переписка, и в феврале 2008-го я решил съездить в Москву, чтобы пообщаться с моим корреспондентом лично. Русская зима, конечно, пугала, но февраль у нас — самый мертвый для туризма месяц, и я мог без проблем оставить бар на пару недель.



**Мы действуем совершенно самостоятельно.
И не скрою, что горжусь тем, что,
начав с нуля, мы добились успеха.**

Потом она приехала в Италию, и тут выяснилось, что наряду с уже созревшими матrimониальными планами у нас имеются и другие общие интересы. Она тоже, проработав более десяти лет главным бухгалтером в московской фирме, думала о собственном деле.

Мы быстро поняли, что для нас открыть свой бизнес в Италии нереально. Мои трудовые накопления были невелики, найти инвестора или получить кредит на хороших условиях тоже весьма проблематично. И мы решили запустить стартап в Москве. Так я тут и оказался — в начале 2010 года.

— Вы уже знали, за что возьметесь?

— Вообще-то хотели открыть турфирму, у меня имелся кое-какой опыт. Но первое же знакомство с московским туристическим рынком показало: на популярном итальянском направлении много игроков, причем сильных. Для вхождения в бизнес требовались крупные инвестиции, которых у меня не было. И мы пере-

ключились на торговлю итальянской одеждой. Итальянская мода всегда ценилась в России, а пятнадцатимиллионная Москва — это огромный рынок.

— Но итальянской одежды в Москве тоже уже хватало...

— Надо было найти свою нишу. Что мы и сделали. Мы дали возможность носить сшитую в Италии качественную одежду молодым москвичкам с не самыми высокими доходами. Это, конечно, не всемирно известные марки, а продукция относительно небольших фирм, которых в Италии очень много. Это одежда добротного итальянского качества и, самое главное, недорогая. Что для нас принципиально. Ведь недорогой итальянский товар зачастую продается в Москве по цене раза в четыре выше закупочной.

Выбранная ниша облегчила нам и задачу привлечения поставщиков. Чего греха таить: в Италии все еще бытует представление о современном русском как о богаче, тратящем деньги без счета и только в дорогих бутиках. Поэтому небольшие произво-

Итальянская мода всегда ценилась в России, а пятнадцатимиллионная Москва — это огромный рынок.



дители смотрят на русский рынок как на что-то далекое и несбыточное. Мы решили изменить ситуацию.

— Как вы вышли на поставщиков?

— По совету знакомых я отправился в Нолу, городок поблизости от Неаполя. Там открылся огромный «Центр оптовой торговли», где более трехсот фирм предлагают товары, производимые в регионе Кампания. Центр создавался специально, чтобы стимулировать экспорт местной продукции, так что ехать туда мне сам Бог велел. Переговоры были долгими и сложными, хотя интерес в российско-

му рынку проявляли почти все. Но надо знать итальянских коммерсантов средней руки: они очень осторожны, тем более при плохой конъюнктуре, предпочитают долго выжидать, пока не убедятся, что новое дело надежно и сулит больше выгоды, чем рисков. В конце концов, наш бизнес родился, как рождается младенец — маленький, голенький, беспомощный. Мы сняли комнатушку в районе метро Новокузнецкая, которая почти не отапливалась. Там мы хранили первые образцы, привезенные из Италии, там принимали первых клиентов.

— И каковы были расходы — на комнатушку и все остальное?

Эксперт



Сергей Хитров,
старший аналитик,
руководитель
исследовательских
проектов РБК.research

оффлайновой рознице, особенно в регионах. Наконец, в-третьих, процесс покупки одежды в интернет-магазине оказался весьма удобным для потребителя.

По данным РБК.research, в 2013 году объем fashion-сегмента интернет-торговли достиг 73,7 млрд руб. (годом ранее — 51,8 млрд руб.). На Москву приходится 24,6% от объема рынка или 18,1 млрд руб.

Очевидно, что в условиях столь ошеломляющего роста, рынок интернет-торговли одеждой крайне привлекателен для инвестиций.



- Запуск бизнеса обошелся нам примерно в 30 тысяч евро.
- **С какими организационными проблемами пришлось столкнуться?**

— Особых организационных проблем не припомню. Заказанный товар за 10–20 дней привозит из Италии крупная транспортно-экспедиционная фирма, она же оформляет и предоставляет в таможню все необходимые

- **Долго вы ютились в той комнатушке?**

— Нет, недолго. Вскоре сняли офис и оборудовали шоу-рум в самом центре Москвы, в районе метро «Китай-город». А сейчас у нас офис неподалеку от станции «Добрынинская». Там всего 20 квадратных метров, но и платим мы, по московским меркам, сущие копейки — 17 тысяч рублей в месяц. Мы стремимся минимизировать все накладные расходы, чтобы больше

И в Италии, и в России есть привычка все усложнять. Однако в итоге решение как-то находитя.

документы. Бухгалтерию и налоговую документацию ведет моя жена — как я уже говорил, она опытный бухгалтер. Сайт нам сделал за небольшие деньги знакомый веб-дизайнер. Правда, потом мы все переделали, обратившись в специализированное агентство. Теперь это агентство и обслуживает наш сайт, обновляет содержание, фотографии.

- **И сколько вы им платите?**
- В среднем 20 тысяч рублей в месяц.

вкладывать в новые коллекции, в расширение ассортимента.

НЕ ТОЛЬКО МОСКВА

- **Многие ваши коллеги жалуются на неистребимую российскую бюрократию...**

— Этого, конечно, хватает. Но, на мой взгляд, в этом аспекте наши страны очень похожи. И в Италии, и в России есть привычка все усложнять. Однако в итоге решение как-то находитя.



— В том числе с помощью взяток?

— Нет, пока обходимся без этого. Хотя, коррупция здесь есть. Не уточняю имен, признаюсь: был случай, когда на нас свалилась совершенно неожиданная и, я бы сказал, ничем не обоснованная проверка. К счастью, она кончилась благополучно, нарушений не нашли. Но позднее я узнал, что эту проверку организовал один из наших конкурентов. Хотя опять-таки и в Италии подобное бывает.

— У вас на сайте размещены фотографии более 300 моделей одежды — от верхней до маек и топов, плюс аксессу-

ары. Все это есть в Москве, в наличии?

— То, что на сайте, естественно, есть, в том или ином количестве. Ведь москвичи могут не только сделать заказ по Интернету и получить его с курьером в течение одного-двух дней, но и приехать к нам в шоу-рум, чтобы, как говорится, пощупать товар руками. Это важно и для оптовых клиентов.

— Интернет в качестве торговой площадки вы выбрали из соображений экономии?

— И из экономии тоже. Но, главное, потому что Интернет позволяет нам находить покупателей практически в любом уголке России.

Мнение



Наталья Балова,
основатель
интернет-магазина
контактных линз
и средств ухода
www.linzmart.ru



Когда говорят об интернет-торговле в России, обычно имеется в виду бизнес без офлайнового представительства. Зачастую не требуется даже офис. Конечно, в такой бизнес сейчас можно войти, имея, условно говоря, 20 тыс. рублей. Этого хватит на простенький сайт с бесплатным движком и первоначальные вложения в рекламу. На этом фоне инвестиции Массимо Галано кажутся высокими. Для сравнения, мой интернет-бизнес обошелся мне в 2008 году в 200 тысяч рублей. С другой стороны, у Галано есть шоу-рум в центре Москвы, то есть по сути



Мы строим отношения с клиентом на итальянский манер, почти по-семейному.

— Много у вас региональных клиентов?

— Преобладают, конечно, москвичи. Но все больше заказов приходит из регионов — с юга России, из Ростова, Сочи... Есть клиенты в Самаре, Новосибирске, Уфе. Там пока не так легко приобрести итальянский товар, как в Москве.

— А как региональные клиенты получают заказ?

— По почте. Мы отправляем товар бандеролью. Первым классом. Оплата при получении.

— А если платье, например, не подошло по размеру или просто не понравилось, покупают по картинке?

— Нет проблем. Одно из наших конкурентных преимуществ в том, что мы строим отношения с клиентом на итальянский манер, почти по-семейному. Если товар не подходит или не нравится, покупатель может в установленные сроки отослать его обратно, и

мы сразу его меняем или возвращаем деньги. Поэтому даже в случае отказа от покупки мы чаще всего не теряем клиента.

— То есть вы все больше ориентируетесь на регионы?

— Это объективный процесс. Москва — огромный рынок, но высококонкурентный. Когда я прихожу к потенциальному клиенту, хозяину магазина, нередко слышу в ответ, мол, извините, но вы уже десятый итальянец, который обращается ко мне с подобным предложением. Думаю, для представителей малого бизнеса именно российские регионы представляют сегодня наибольший коммерческий интерес. И одна из моих задач — стать посредником между итальянскими производителями и российскими операторами розничной торговли. За последние пару лет мы нашли десяток таких коммерсантов. Может быть, не очень крупных, но имеющих свои магазины в Омске, Новокузнецке, других городах России. Безусловно, хотелось



*...О поставщиках
компании
Modabella*



бы расширить эту сеть. Но для этого нужна более активная поддержка итальянских поставщиков. Я постоянно веду с ними переговоры, но они пока крайне осторожны в отношении отдаленных регионов. Москва им более понятна и удобна, хотя бы с точки зрения логистики.

— На каких условиях вы сотрудничаете с российскими оптовиками?

— Для них мы оформляем отдельный заказ. 30% они платят вперед, остальное — при получении товара. Заказ доставляем напрямую из Италии.

НЕТИПИЧНЫЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ

— Накопленный опыт позволяет дать какой-то совет тем, кто собирается пойти по вашим стопам?

— Я считаю себя нетипичным итальянским предпринимателем в Москве — у меня нет за спиной крупной компании, нет фирмы-партнера, которая обеспечивала бы хоть какую-то поддержку на местном рынке. Мы действуем совершенно самостоятельно. И не скрою, что горжусь тем, что, начав с нуля, мы добились успеха. Поэтому тех, кто хотел бы открыть в Москве свой бизнес, я бы сразу предупредил: легких дней у вас не будет. Вы должны верить в то, что добьетесь

успеха, но никогда не забывайте: стоит на минуту расслабиться, и можно потерять все.

— Вы в Москве уже четыре года. Как здесь себя чувствуете?

— Вполне комфортно. Москва мне нравится. Мне нравится динамизм,очные огни, культурное наследие российской столицы. Нравится возможность выбраться из переполненного метро и спокойно побродить в каком-то живописном уголке. Очень люблю, например, гулять рядом с Новодевичиым монастырем — это недалеко от дома.

— Вы ездите по городу на метро?

— И на метро, и на машине. Автомобильные поездки по Москве всегда большое приключение, никогда не знаешь, что произойдет. По личному опыту и по опыту моих знакомых смею утверждать, что управление автомобилем — едва ли не самый большой стресс для живущего здесь итальянца.

— Простите, но у вас в Неаполе пробки тоже серьезные...

— Но у нас водители соблюдают хоть какую-то дисциплину. Правда, я к московскому стилю вождения давно привык, стараюсь сохранять за рулем чувство юмора.



— А что еще вам здесь не по душе?

— Пожалуй, неоправданная дорогоизна жизни. Я родом из региона, где средняя семья с доходом в тысячу евро может себе позволить вкусно и достаточно качественно питаться не только дома, но и хотя бы раз в неделю ходить с друзьями в пиццерию. Это одна из многих маленьких радостей, которые так скрашивают и разнообразят повседневную жизнь. В Москве на такие деньги ты себе этого позволить не сможешь. Зарабатывать здесь надо больше.

— По родине не скучаете?

— Так я ведь в Италию езжу регулярно! Коллекции одежды меняются быстро, надо за этим следить, выбирать, договариваться, порой самому фотографировать образцы, чтобы сразу внести их в наш каталог или буклеть, иногда и привозить их сюда. Для нас важен быстрый оборот товара, дер-

жать в запасе вещи, которые долго будут искать сбыт, — непозволительная роскошь.

— Какие у вас планы на ближайшее будущее?

— Если к весне 2014-го мы сумеем сохранить темп нашего роста, то попытаемся расширить верхнюю ценовую нишу ассортимента, введем в коллекцию новые бренды. Наша цель — постоянно укреплять и расширять свой бизнес. И пока нам это удается. ■



Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
на facebook.com





Поделись с друзьями

Американец **Саймон Проект** создал в Москве
бизнес на основе русского сарафанного радио

ТЕКСТ: СВЕТЛАНА САМОДЕЛОВА | ФОТО: ЕВГЕНИЙ ДУДИН

Первую свою компанию он создал еще студентом. Потом приехал в Москву и взялся за бизнес всерьез. В 2013 году основанная им компания Flocktory стала единственным российским проектом, вошедшим в шорт-лист WebSummit (150 отобранных со всего мира стартапов). Как реагировать на агрессивный деловой язык? Кому продать в России хорошую бизнес-идею? Что скрывается за внешней сосредоточенностью русских? Саймон Проект охотно делится личным опытом с журналом BIGMoscow.

«ТЫ МНЕ КОНКРЕТНО СКАЖИ!»

— Я родом из Советского Союза, из Ленинграда. Когда моя семья эмигрировала в Америку, мне было пять лет. В Штатах я из Семена превратился в Саймона. Жили мы в маленьком городке Питтсбург в Пенсильвании, но школу я уже окончил в Бостоне. В университете получил как инженерное, так и бизнес-образование. На последнем курсе университета в 2005 году мы с двумя сокурсниками в Кембридже, штате Массачусетс, основали GreenFuel Technologies Corporation. Этому проекту я отдал пять лет, привлек инвестиций на \$35 млн. Но в 2008

году грянул кризис, рынок рухнул. Финансирование прекратилось. Пришлось начинать все с нуля. Я устроился в одну из крупных консалтинговых компаний. Хотя мне больше нравились стартапы, хотелось придумывать новые идеи. Через пару месяцев меня пригласили на переговоры в Brightstar Corporation. Это один из ведущих мировых дистрибуторов мобильных устройств с годовым доходом в \$10 млрд. «У нас для вас хорошее предложение, — сказали мне. — Не хотите поработать в Москве?» Я опешил. Мне было легче представить себя пилотом космического корабля, чем менеджером в России. Договорились, что я поеду на три месяца и попробую себя в качестве стратегического консультанта. Это был декабрь 2009 года.

О КОМПАНИИ
FLOCKTORY



**«У нас для вас хорошее
предложение, — сказали мне. —
Не хотите поработать в Москве?»**

— Как реагировали на новость родители и друзья?

— Родители были в шоке. Но они знали, что я люблю рисковать, что для меня чем труднее, тем интереснее. К тому же они не думали, что я надолго задержусь в Москве. Друзья твердили: «Это будет круто, как в триллере». Новости о России шли только в негативном свете. В представлении американцев Россия застряла где-то в 1990-х — бандитизм, перестрелки на улице, чудовищная коррупция и нищета.

— Какими были первые московские впечатления?

— Когда подлетали к Москве, командр авиалайнера объявил: «Температура воздуха минут 28 градусов». Я такого холода в жизни не видел. У нас если и выпадал снег, то это было большое событие! В Москве меня встречал коллега из консалтинговой компании. У меня сохранилась фотография, где я стою в клубах морозного пара на Красной площади, как на Луне.

— Русский язык помнили?

— К 14 годам я практически все забыл. Пришлось учить заново.

— Трудно было привыкать к московской жизни, к российскому стилю ведения дел? Что было непривычным, не таким, как в Америке?

— В Америке в деловой среде невозможна столь неформальное общение, как в России. В Москве, налаживая деловые отношения, вообще можно было забыть о том, что собеседник — твой клиент. Никакой дистанции. Здесь иностранному специалисту могут прямо сказать: «Хватит улыбаться, давай говорить по делу! Что ты хочешь от меня?» Когда кто-то из экспатов начинает разговор издалека, его могут перебить со словами: «Нет, ты мне конкретно скажи!» В Америке очень любят писать письма по электронной почте. А в Москве — нет. Я понял: если московские специалисты или чиновники шлют e-mail, то это уже чисто формальная отписка. Когда что-то случается, здесь обычно

Собственники московских квартир иностранцев обижают: задирают цены в два раза.



В Москве все сложнее и с бухгалтерией, и с налогами. На регистрацию фирмы уходит много времени.

вопрошают: «Какая еще электронная почта? Что ты мне сразу не позвонил?». В Москве предпочитают личное общение.

«ЧТО ЭТО ЗА УМНИК ПРИШЕЛ? — Как решился жилищный вопрос?

— Сначала я жил в отеле. Каждые две недели мне приходилось летать для консультаций в Америку. Помоему, я успел пожить во всех московских гостиницах. Это очень дорого, к тому же, мне хотелось чисто домашней атмосферы.

Наконец, я снял квартиру в центре, на Новокузнецкой улице. Недешево,

76 тыс. руб. (около 1800 евро) в месяц со всеми коммунальными услугами. Но мне это место очень нравится. Очень тихий переулок с зеленым двором. А вообще, собственники московских квартир иностранцев обижают: задирают цены в два раза.

— Вы предлагали консалтинговые услуги. Чем российские клиенты отличались от западных?

— В России еще нет культуры консалтинга. Здесь тяжело продать идею. Консалтинг — это торговля идеями. Например, предлагаешь оптимизацию магазинов, тренинг персонала, как на полке разложить товар, как улучшить цепочки поставки и закупки товара. То есть целый цикл, связанный с товаром, от грузовика до продавца.

Я приходил в компанию, на меня смотрели, что это, мол, за умник пришел? Он знает, как сделать лучше, а мы, значит, нет? Если удавалось убедить, что моя идея лучше, они не понимали, зачем за это надо платить? Я тратил



flocktory.com



**У «сарафанного радио» в Рунете
огромный маркетинговый
потенциал.**

кучу сил и энергии, и слышал: «Круто, сработало. Подсчитал экономию при работе роботов на складе. Мы их пошли закупать. Ну, все, счастливо!..» Дескать, ты все рассказал, зачем ты теперь нам нужен?

— А стиль управления компаниями чем-то отличается?

— Все очень централизовано. Головные офисы сосредоточены в Москве. Топ-менеджмент решает такие вопросы, которые на таком уровне никто бы в Америке решать не стал. Но есть в этой системе и свои плюсы. Если руководитель поверит в твою идею, то

уже завтра, например, все магазины поменяют цвет ценников с красного на желтый. Я мог увидеть результат своего труда очень быстро, что меня, конечно, радовало

«ФОКУСИРУЕМСЯ НА КРУПНЫХ КОМПАНИЯХ.» **— Как возникла идея открыть собственное предприятие?**

— В апреле 2012 года я познакомился с Ильей Айзеном. Он из России, но получил образование по менеджменту в Австрии. Мы просиживали ночи напролет, придумывая бизнес-идею. В результате возник стартап Flocktory — платформа для реферального маркетинга.

Эксперт



Даниил Ханин,
директор ООО «Кросccc»

личными сервисами, решающими эти проблемы.

Таким образом, российский рынок созрел для появления проектов, которые будут работать над повышением конверсии магазина посредством оптимизации сайтов и коммуникации с посетителями, а также над привлечением мотивированной аудитории. Задача повышения конверсии на сайте требует достаточно высокой квалификации разработчиков, что сказывается в итоге на цене входа на рынок. По нашим оценкам, для начала разработки качественного



— Регистрировали компанию сами или поручили юристу?

— Самому открыть в Москве предприятие иностранцу нереально. В США, например, это можно сделать за три дня по интернету, в онлайне. И не нужны будут никакие печати. В Москве все сложнее и с бухгалтерией, и с налогами. На регистрацию фирмы уходит много времени. Нужно провести весь день у нотариуса, поставить подпись в трех десятках документах. Если ты иностранец, надо, чтобы тебе все это перевели. В Москве хватает специалистов, готовых взять эти трудности на себя. В зависимости от размеров компании за услуги придется заплатить от тысячи до пяти тысяч долларов.

— Какой потребовался начальный капитал?

— Совсем незначительный. Мы подбрали специалиста для разработки программного обеспечения нашей системы. Параллельно искали инвесторов. За пару месяцев мы привлекли \$220 тыс. Этого хватило, чтобы изготовить прототип и приступить к продажам.

— Сколько человек работает в вашей компании?

— На первом этапе у нас было четыре сотрудника. Когда мы привлекли от фонда Digital Venture Partners \$1,5 млн, расширили свою команду до 14 человек. Сейчас у нас есть группа разработчиков, программистов, аналитиков и специалистов по продажам.

Мнение



Карен Казарян,
главный аналитик
РАЭК



Фактором стало, что для покупки, лояльность к интернет-покупкам. Так, согласно опросам, почти половина интернет-покупателей даже не помнит, в каком магазине они совершили покупку, для них важна только цена. Поэтому система реферального маркетинга, то есть личных рекомендаций, позволяет не только привлечь новых клиентов, но и повысить лояльность уже имеющейся аудитории. Главное, чтобы предложение было взаимовыгодным и ненавязчивым. В то же время пока нельзя с уверенностью утверждать,



— **Каков уровень их зарплат?**

— Подобные специалисты на рынке получают от 100 тыс. до 200 тыс. рублей. Все зависит от профиля и опыта.

— **Конкуренция высокая?**

— У нас практически нет конкурентов. Эта ниша оказалась не занятой, и мы наладили отношения с самыми топовыми магазинами и банками. Поясню. Интернет-магазин интегрирует у себя наш сервис. Например, при покупке на сумму от 1000 рублей, можно подарить клиенту 100 рублей на телефон, если он поделится предложением со своими друзьями в соцсети и кто-то из его друзей также совершил покупку. Наша платформа может автоматически определять influencers, людей, имеющих большой вес в своем кругу в соцсети, и предлагать им более выгодные условия или предложения. Это один из лучших маркетинговых подходов. У «сарафанного радио» в Рунете огромный маркетинговый потенциал.

— **Чем отличалась бы ваша деятельность, если бы компания Flocktory работала в Америке?**

— Там я больше бы концентрировался на малом и среднем бизнесе, он там сильнее, до него проще дойти и есть понятные коммуникационные каналы. В России же полсотни компаний контролируют 90% интернет-бизнеса. Мы фокусируемся на крупных компаниях. Но продукт развивается, это только начало.

«У НАС СХОДЯТСЯ ВЗГЛЯДЫ НА СЕМЕЙНЫЕ ЦЕННОСТИ»

— **Сложно было подобрать помещение под офис?**

— Надо сказать, что в Москве очень и очень дорого стоит аренда офиса. Мы пытались найти для себя помещение в пределах Третьего кольца. То, что нам предлагали, было ужасно: какие-то подвалы без окон с прогнившими трубами. Для маленьких компа-

Мы уже отчаялись, когда нам знакомые предложили под офис бывшую мастерскую художника площадью 125 кв. метров. Нам сказочно повезло.



ний трудно найти место. Намучались мы и с агентами по недвижимости. Они в Москве как-то странно работают. Такое ощущение, что они не заинтересованы в комиссионных. Мы уже отчаялись, когда нам знакомые предложили под офис бывшую мастерскую художника площадью 125 кв. метров. Нам сказочно повезло. За офис в центре приходится платить по 45–50 долларов за «квадрат» в год. Более или менее приличное помещение обойдется в 7–8 тысяч долларов в месяц. В Нью-Йорке столько платят только за пентхаусы в Манхэттене.

— С рабочей визой проблемы не возникло?

— Приехать как туристу или по бизнес-визе несложно. Но если ты хочешь работать в Москве, придется запастись терпением. Все упростилось, как только мы стали резидентами инновационного центра «Сколково», российской Кремниевой долины. Наша компания — финалист Investor Day Central and Eastern Europe (второе место), международной конференции, посвященной интернет-технологиям и инновациям и финалист Russia Tech Tour 2013.

— Чем русские похожи на американцев?

— Здесь, как в Америке, сильны патриотические настроения. «Я — русский. У моей страны много теневых сторон, но она самая прекрасная, потому что родина», — говорят здесь. Еще я бы сказал, что у нас сходятся взгляды на семейные ценности, на дружбу. Иногда кажется, что русские все время чем-то недовольны, ходят очень серьезные и сосредоточенные. Но когда удается познакомиться поближе, понимаешь, насколько это добрые, душевые люди.

— Какие подарки везете из Москвы в Америку?

— У моего брата родился ребенок, везу племяннику детские книжки, диски с мультфильмами по сказкам Пушкина. Маме недавно привез сережки с уральскими самоцветами. Это авторская работа, в Америке таких не найдешь. ■



Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
на facebook.com



**Голландец
Вальтер ван Дейк
создал в Москве
кадровое
агентство G-Nius,
потому что знает,
как взять
на работу
настоящего
гения**

Нужный человек

ТЕКСТ: СВЕТЛАНА САМОДЕЛОВА | ФОТО: ЕВГЕНИЙ ДУДИН

Его стихия — рынок труда, его цель — продать подороже подающего надежды сотрудника. Каково иностранцу быть в Москве профессиональным охотником за головами, как четко идти по следу и снискать репутацию незаменимого специалиста по подбору топ-менеджеров для крупных компаний? Как одолеть конкурентов? И как постичь тонкости загадочной русской души?

Обо всем этом управляющий партнер кадрового агентства

G-Nius Вальтер ван Дейк делится с читателями журнала BIGMoscow.

«ВОТ ЭТО ГОРОД! ВОТ ЭТО РАЗМАХ!»

— Я родом из небольшого городка около Роттердама. После университета я работал в компании, занимающейся подбором персонала. Один из наших клиентов поставлял на российский рынок сельхозтехнику. Ему требовался официальный представитель в Москве. Компетентные специалисты были, но ехать в Москву никто не желал. Ведь Москва в западном пред-

ставлении — это сплошь пустые полки магазинов, морозы, угрюмые люди в телогрейках... Увидев, что поиски затягиваются, мой босс спросил: «А сам-то ты не хочешь поработать в Москве?». Я подумал, а почему бы и нет? Но сперва решил съездить в Москву, посмотреть на город, познакомиться с делами фирмы.

Прилетев в 2002 году в столицу России, я ахнул: «Вот это город! Вот это размах!». Чувствовалась динамика, невероятный темп жизни. Я почувствовал, что работа здесь обещает быть большим приключением. И заключил контракт с компанией Matrix Agritech.

— Что продавали?

— Трактора, комбайны. Наша техника была дороже российской, но дешевле в эксплуатации. Она реже ломалась.



www.g-nius.ru





**Увидев, что поиски затягиваются,
мой босс спросил: «А сам-то ты
не хочешь поработать в Москве?».**



— И кто ее покупал?

— И агрохолдинги, и маленькие фермы. Никто не жаловался на высокие цены. Все понимали, что качественная техника того стоит. Вопрос только один: где взять деньги? А тогда как раз запустили правительенную программу поддержки сельхозпроизводителей — им давали крупные кредиты.

— О российской таможне слагают легенды. Что-то добавите?

— Вся наша техника проходила через таможню. Вспоминается курьезный случай. Погрузчики у нас поставлялись в полуразобранном виде. Колеса были упакованы отдельно и лежали в кузовах. На таможне возникла проблема. Детали от погрузчиков не были отражены в документах. Заглянув внутрь кузовов и, увидев там ящики, таможенники заподозрили нас в контрабанде. У них в то время менялось руководство, и весь груз рассматривали чуть ли не под лупой.

«К ДИПЛОМАМ НЕТ ДОВЕРИЯ»

— Сложно было подобрать команду?

— Сложно. Катастрофически не хватало людей, которым бы я в двух словах объяснил суть работы, и все сразу бы «поехало». Доходило до смешного. Как-то я попросил кадровое агентство найти нам квалифицированного бухгалтера. Ко мне направили девушку, и она мне сообщила: «На самом деле я секретарь, но мне это неинтересно, я хочу работать бухгалтером». И очень удивилась, получив отказ. Мы не располагали возможностью обучать, нам нужен был специалист, который бы сходу включился в работу.

— Какие требования предъявляли претендентам?

— В резюме кандидаты подробно расписывали свое первое высшее образование, второе, перечисляли на каких предприятиях успели потрудиться. Но для меня это не главное. Важен менталитет. А это можно по-

Я понял, что могу делать эту работу лучше кадровых агентств.

И в 2006 году с голландскими коллегами открыл в Москве офис компании G-Nius.



У меня глаза — рентген. В беседе с глазу на глаз прислушиваюсь к внутреннему голосу.

нять только в процессе личного общения. Не секрет, что многие российские компании выстроены по армейскому принципу, то есть во главе стоит босс и говорит тебе, как и что надо делать. Инициативы у сотрудников ноль. Большинство рассуждают так: «Скажите что, и я сделаю». Они напоминают мне заводные механические игрушки с ключиком в спине. Их заведут, они работают, завод кончился, они стоят, ждут... Западный менталитет совсем другой. Наши бизнесмены рассуждают так: «Я возьму тебя на работу как специалиста, ты лучше меня знаешь, что надо делать. Я учредитель, начальник. Я расскажу тебе о глобальных планах, но каждый день ты будешь решать сам, как действовать. Есть планы, теперь все в твоих руках». Прекрасно, много свободы, но такой же большой уровень ответственности. На весах все уравновешивается.

— Как решили открыть свое дело?

— Когда набирал собственную команду, работал с несколькими кадровыми агентствами, как с международ-

ными, так и местными. У меня было мало времени, а я получал по 25 резюме в день, проводил собеседования. В результате понял, что могу делать эту работу лучше кадровых агентств. И в 2006 году с голландскими коллегами мы открыли в Москве офис компании G-Nius.

— Сложно было зарегистрировать фирму?

— Этим занимался юрист, в комплекс услуг которого входило регистрация предприятия во всевозможных фондах, открытие банковского счета и так далее.

— Сколько человек работает в вашей компании?

— Десять в Москве и три в Питере. Я сам лично набирал команду. Диплом для меня ничего не значит, это всего лишь бумага. И я не могу быть до конца уверенным, что этот диплом не куплен. К сожалению, здесь такая возможность. К местным «корочкам» нет доверия.

У меня глаза — рентген. В беседе с глазу на глаз прислушиваюсь к вну-





треннему голосу. Мне требовались специалисты, видящие новые возможности, а не только проблемы. Все, с кем я начинал, до сих пор работают со мной. Никакой текучки кадров.

— Сложно было снять помещение под офис?

— Я начинал работать лишь с одним человеком — рекрутером. Рабочее место нашел через знакомую. В одной комнате сидели сразу три компании. Хочу сказать, что снять помещение в 200 кв. м в Москве не проблема. Труднее всего снять одну комнату или одно рабочее место. Для иностранцев это

тем более проблематично, потому что рынок аренды офисов не очень четкий и для приезжих не очень доступный.

«РУССКИЕ НЕ УМЕЮТ СЕБЯ ПОДАТЬ В НУЖНОМ СВЕТЕ»

— Теперь вы базируетесь в историческом месте — в Китай-городе. Это важно для вашего бизнеса?

— Цель нашего предприятия — найти хороших кандидатов на вакансию. Клиентских заявок много. Москва плотно заселена, безработных мало. Рынок перегружен. Если ко мне в офис надо добираться час на автобусе, потом еще час на метро, вряд ли ко

мне кто-нибудь поедет. А центр города — это всем удобно.

— Кто ваши клиенты?

— Исключительно иностранные компании.

— Как ищете нужных кандидатов на вакансии?

— Через популярные сайты, такие как Head Hunter.

— За какое работаете вознаграждение?

— 25–30% от годовой зарплаты найденного специалиста. У нас очень много времени уходит на поиски кан-

Эксперт



Мария Колдышева,
управляющий партнер
кадрового агентства
«АВИС»

кие компании не получают высокоприбыльных проектов, способных заинтересовать внешнего инвестора. Тут два варианта: или в Москве открывать филиал уже существующего крупного иностранного агентства, или же необходимо «купить» ключевого человека, занимающегося продажами и развитием бизнеса из одной из лидирующих компаний с базой клиентов и контактов.

Если говорить о затратах на подобный проект, то тут все определяется стратегией и целями. Публичность обойдется недешево, равно как и инструментарий, который сразу сплескает агентство

дидата. Работать за меньший процент невозможно.

— А персонал среднего звена ищете?

— Да, ведь многие иностранные компании создаются с нуля.

— Претендент должен в обязательном порядке знать английский язык?

— Наши клиенты — иностранцы, они с российским сотрудником могут говорить только по-английски. Случается, что кандидат — отличный специалист, но очень скованно говорит по-английски. Он когда-то учил язык, но недостаточно. Жаль, но порой прихо-

дится отказывать отличным программистам, инженерам, технологам.

Еще одна особенность. Российские специалисты часто не умеют себя в нужном свете подать, как мы говорим — продать. Наши клиенты привыкли, что сотрудники ходят в костюмах и в галстуках. Они широко улыбаются. Это человек, продающий их продукт. У него представительские функции. Российские же кандидаты, бывает, приходят на собеседования в странной для нас одежде. Могут вести очень монотонный разговор, не смотреть в глаза. Хотя знают английский, обладают колossalными знаниями и на-выками.

Мнение



Сычев Михаил,
руководитель отдела
HR-исследований
Fenix Consult Group



дей. Во-вторых, исчерпанность трудового потенциала. В Москве и Санкт-Петербурге самый низкий уровень безработицы — 1,7 и 1,6% соответственно, а безработица по всей стране — 5,3%. Трудовые ресурсы столицы практически все задействованы. Работодатели обращают свои взоры на регионы. Но не тут-то было! Регионы развиваются: открываются новые производства, расширение зона деятельности столичных компаний, и у квалифицированных соискателей появляется возможность работать ближе к дому.

Кроме того, высокая конкуренция за кадры сра-



— Как сами учили русский язык?

— Русский язык непростой, с голландским ничего общего. Приехав в Москву, я два раза в неделю занимался с преподавателем.

— Квартиру снимаете?

— Не квартиру, а таунхаус в Подмосковье, в поселке Немчиновка. Это целый дом, и он дешевле, чем аренда

Раньше было как? Ой, иностранная компания, ой, хочу там работать. Теперь такого нет.

«ОЧЕНЬ ВАЖЕН СТАТУС»

— Что должен знать иностранец, который захочет, как вы, открыть в Москве кадровое агентство?

— Нужно постичь тонкости русской души. Приведу пример. Владе-

Россияне много путешествуют, повидали разные страны, стали куда разборчивее. И они все больше гордятся своей родиной.

трехкомнатной квартиры в центре. Но приходится каждый день торчать в пробках.

— Вы в Москве уже 11 лет. Менталитет у russких меняется?

— Раньше люди приходили с уверенностью, что в западной компании все прекрасно. С годами поняли, что и там свои подводные камни. Россияне много путешествуют, повидали разные страны, стали куда разборчивее. И они все больше гордятся своей родиной. Настроение поменялось.

лец иностранной компании говорит: «Я беру тебя главой нашего московского офиса. Но ты будешь единственным сотрудником, работающим в Москве». Часто россияне рассуждают так: «О, теперь я — босс». Главным для них становится офис, красивая мебель, секретарь, и они напрочь забывают про продажи. А когда через полгода шеф спрашивает: «Где же продажи?», то в ответ слышит: «Знаете, мне так много надо всего организовывать, подписывать, проставлять на бумагах печати, что совсем не остается времени на продажи». Для россиян

очень важен статус. Часто менеджеры по продажам делают себе визитки, где свою должность указывают так: коммерческий директор.

В западном мире мы нивелируем должностные различия, а здесь нужно иногда повысить статус сотрудника. Когда человек входит в большой холдинг, ему требуется визитка с весомой должностью, чтобы продавать товар или услуги клиентам.

— Что изменилось бы, если бы такое же предприятие действовало у вас в Голландии?

— Я тут кручусь, как бильярдный шар на столе! Если взять наш офис в Голландии, то работа там более скучная, более рутинная. В России один день не похож на другой.

— Есть любимый уголок в Москве?

— Когда ко мне приезжают гости, я их неизменно привожу на Воробьевы горы.

— Стоит открывать иностранцу свое дело в Москве?

— Конечно! Это не самый легкий город для иностранцев. За пару месяцев набить мешок деньгами не получится. Тут нужно годами упорно работать. Прилагать максимум усилий. Но результат того стоит. ■

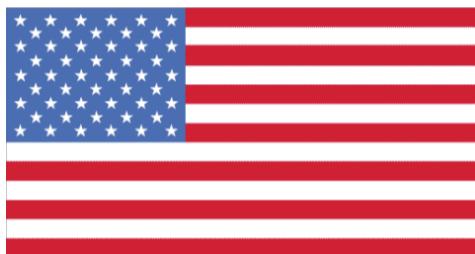
**Я тут кручусь,
как бильярдный шар на столе!**



Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
на facebook.com



НА РАБОТУ В МОСКВУ



Молодой специалист

*Американец Джаред Бэрол
за два года в Москве уже многое
добился и не собирается
останавливаться на достигнутом*

ТЕКСТ: СВЕТЛАНА САМОДЕЛОВА | ФОТО: ЕВГЕНИЙ ДУДИН



Почему молодой американский специалист отправился делать карьеру за океан, в далекую российскую столицу? Как ему далось освоение новых территорий? Что требуется от иностранца, для того чтобы преуспеть в Москве? Об этом и многом другом Джаред Бэрол рассказал корреспонденту журнала BIGMoscow.

www.unilead.ru



Америка структурирована, американцы мыслят логично, русские же в большинстве своем очень спонтанные.

«В ПЕРВУЮ ЖЕ ЗИМУ КУПИЛ ШАПКУ-УШАНКУ.»

— Я вырос в пригороде одного из старейших городов США — Филадельфии. В университете изучал русский язык и литературу, занимался изучением Центральной Европы, Евразии и России. Первый раз попал в Москву по обмену студентами еще на третьем курсе, в 2009 году. Сразу отметил: Америка структурирована, американцы мыслят логично, русские же в большинстве своем очень спонтанные. Например, договорились со студентами идти в пять вечера на Красную площадь, за полчаса до выхода у однокурсников-россиян вдруг планы резко поменялись, в результате мы отправились ужинать в ресторан. И таких примеров было множество.

— **После университета успели поработать у себя на родине или сразу попали на «восточный фронт»?**

— В штатах я занимался проектами, связанными с защитой прав ко-



ренных малочисленных народов. Уже тогда я сотрудничал с российскими специалистами.

— **Когда поступило приглашение на работу в Москву?**

— В 2011 году. В кадровое агентство «Акцион». Его владелец француз, клиенты в основном французские компании. Перед отъездом на прощальной вечеринке друзья — напутствовали словами: «Убегай от медведей, покупай большую лопату, чтобы разгребать снег, и не пей много водки». И они не шутили. Именно такое представление о России у многих молодых американцев.

Зашли в квартиру. Было такое впечатление, что здесь не убирались со времен Второй мировой войны.

Я работал хедхантером — «охотником за головами». Подбирал зарубежных и местных высококвалифицированных специалистов на вакансии в иностранных компаниях, действующих в России. Надо сказать, что это был прекрасный опыт вхождения в российский рынок.

— Снег не пришлось разгребать?

— Не пришлось, но в первую же мою московскую зиму попал под 35-градусный мороз. Купил на Арбате шапку-ушанку из овчины, модель которой называлась «Анна». «Уши»-отвороты шапки надежно защищали лицо и щеки от ледяного ветра и метели. Потом знакомые шутили: «Как там твоя Анна?». «Греет!», — отвечал я.

— Сложно было арендовать квартиру?

— Еще в Америке, просматривая соответствующие сайты по аренде жилья, я был приятно удивлен указанными там ценами. Как я полагал, квартиру в Москве можно было снять за \$700–\$900 в месяц. Это было соизмеримо с ценами на жилье за пределами округа Колумбия. В то время я жил в квартире с пятью спальными комнатами, большой кухней и ванной, с бассейном, тренажерным залом, велодорожкой, в девяти минутах ходьбы от метро. И платили мы за эти апартаменты \$1200 в месяц.

Приехав в Москву, я остановился у подруги. Надеялся снять квартиру в течение недели. У меня были телефоны нескольких риелторов, я выезжал с ними по адресам. И что вы думаете? Пока мы доезжали до нужной квартиры, оставались с носом, ее успевал снять другой квартирант. Помню, отправился самостоятельно по объявлению на Тверскую улицу. Хозяин так охарактеризовал свою квартиру: большая комната, кухня, окна выходят в тихий, зеленый двор. Приехав, увидел, что около двери топчется еще человек десять соискателей. Зашли в квартиру. Было такое впечатление, что здесь не убирались со времен Второй мировой войны. С потолка свисала тусклая лампочка, в коридоре гирляндами — провода, скваченные изоляционной лентой. Окно в комнате, как лаз для кошки, — размером с школьную тетрадь. В санузел размером метр на метр умудрились втиснуть душ с поддоном, унитаз и умывальник. И за аренду такого великолепия в центре столицы хозяева хотели 35 тыс. рублей в месяц (около \$1100).

После месяца поисков я, наконец, нашел однокомнатную квартиру на Полянке за 38 тыс. рублей. Зимой на балконе через щели в рамках наметало целый сугроб снега. Я прожил там девять месяцев. Зато познакомился с российской действительностью.



— С какой суммой в кармане можно приезжать в Москву?

— Чтобы найти жилье, надо приготовить \$1500, плюс такую же сумму возьмет за услуги агентство по недвижимости, плюс ту же сумму нужно оставить хозяину под залог. Это уже \$4500. Пока ишешь работу, в Москве можно скромно жить из расчета \$700 в месяц. На основные продукты питания хватит. Ну и в случае неудачи следует иметь заначку, чтобы хватило на обратный билет домой.

«ХОЧУ, ЧТОБЫ ТАК БЫЛО — И ВСЕ!»

— Что скажете о русском менталитете? Что-то удивило?

— Постепенно стал понятен смысл русского слова «авось». Люди в России часто совершают поступки в расчете на авось, то есть на случайную удачу. Вдруг повезет и дело выгорит дело, ну а может, и не выгорит...

Проработав год, я ушел из реркрутинговой компании. Занимался подбором англоязычных учителей и переводчиков, оказывал маркетин-

говые услуги московским компаниям, собиравшимся выйти на западный рынок. Участвовал в нескольких стартапах.

— Российские партнеры чем-то отличаются от ваших американских коллег?

— Американские бизнесмены проконтролируют как эффективность, так и производительность. А русские предприниматели частенько, к сожалению, этого не делают. Или у них есть некие примеры расчетов, которые говорят об одном: хочу, чтобы так было — и все! Такое вот ничем не оправданное упрямство.

— Можно ли заключать в России сделки «на честном слове», без оформления документов?

— Я бы не советовал это делать ни в одной стране мира. Здесь тоже много могут говорить о сотрудничестве, совместной работе. На самом деле в малом бизнесе люди в России часто ищут способы обмануть как государство, так и партнера.

Если вы хотите добиться успеха в Москве, я бы рекомендовал учить русский язык.





Если вы готовы активно работать,
не боитесь набивать шишки, готовы
не быть наивным, — приезжайте в Москву!

— У вас был подобный негативный опыт?

— Был. Три месяца, с ноября по январь, я работал со школой для детей состоятельных россиян в московском районе Сокол. Перед тем как отправить отпрысков на учебу в интернаты в Англию и США, родители хотели, чтобы они прошли некую подготовку. Я преподавал литературу и помогал с маркетингом. Оплата шла за каждый час. Первые два месяца все было прекрасно. В начале января я заболел. Мне позвонили и сказали, что надо выходить на работу. Весь январь я работал по 12 часов. Договор по маркетингу подписать не успели. Долго собирали нужные бумаги и разрешения. В результате мне сказали: «Мы должны тебе кучу денег, для нас это слишком много. Мы заплатим тебе только половину». И они еще рассчитывали, что я продолжу работать у них.

**«НЕ СИДЕТЬ СЛОЖА РУКИ.»
— В Москве сейчас многие понимают по-английски. Обязательно ли экспату знать русский язык?**

— Если вы хотите добиться успеха в Москве, я бы рекомендовал учить русский язык.

— Сейчас вы работаете в компании Unilead Network.

Чем занимается компания? Командой довольны?

— Компания занимается мобильной рекламой, партнерскими программами для сайтов, блогов и групп в соцсетях. У нас собралась молодая, амбициозная команда из 25 человек, которая работает с установкой: честная работа с оплатой за действие. Все три владельца компании — россияне. Это новое поколение бизнесменов, которые хотят работать честно. С ними интересно. Я подотчетен главному исполнительному директору, моя работа заключается в анализе развития бизнеса. Я разрабатываю стратегию как для России, так и в глобальном масштабе.

— Сколько специалист вашего плана получает в России?

— От 90 до 150 тысяч рублей в месяц.

— В США выходило бы больше?

— Чуть больше. Но не было бы такого темпа роста. Посмотрите на меня. Я окончил университет в 2011 году. И уже помог осуществить большие инвестиционные сделки, а также поспособствовал тому, чтобы три компании начали свой бизнес. В США это было бы вряд ли возможно.

— Не планируете открыть свое дело?





— У меня уже есть опыт в создании и продвижении собственных проектов. Сейчас я нахожусь на стадии генерирования новых идеи на основе учета прошлых ошибок и недочетов. Месяца через четыре все прояснится, пока говорить об этом еще рано.

— Значит, иностранцу стоит ехать на работу в Москву?

— Зависит от ситуации и человека. Российский рынок очень динамичный. Можно найти инвестиции, если не сидеть сложа руки. Другое дело, что здесь непросто найти ответственных партнеров. Но если вы готовы активно работать, не боитесь набивать шишки, готовы не бытьвшим, — приезжайте в Москву! ■



Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
на facebook.com



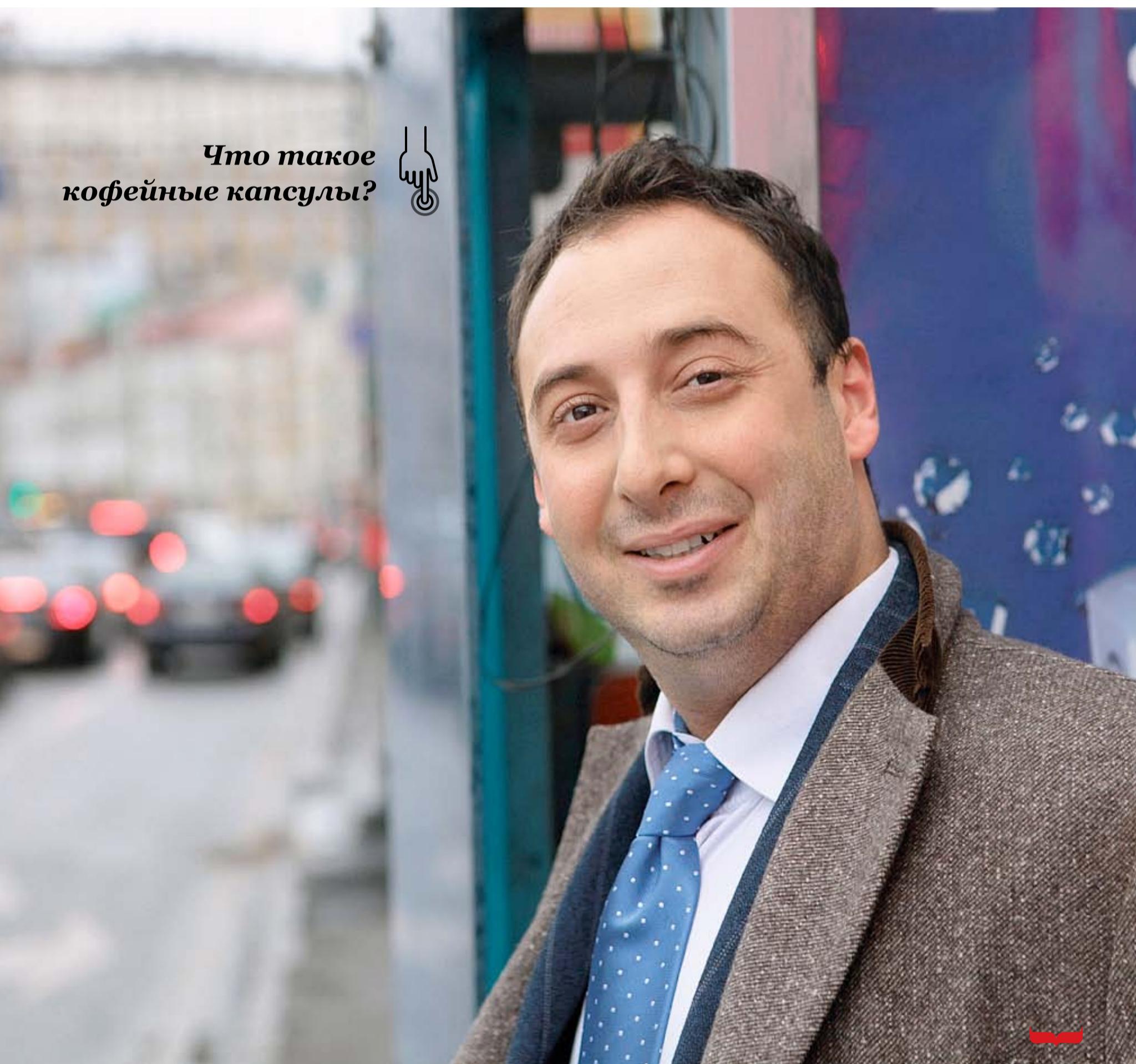


Логистика через пробки

*Благодаря капсулам, которыми торгует
Джованни Гарильяно, москвичи пьют
в своих офисах такой же кофе,
как и в итальянских кофейнях*

Даже в московской толпе его заметишь издали —
рослый южанин. Хотя он родился и вырос на севере
Италии, у границы с Австрией. Затем учился и долго
жил в самом центре страны. А теперь ведет торговый
бизнес в российской столице.

Что такое
кофейные капсулы?



— Да, по происхождению я южанин. Мои родители — сицилийцы, сорок лет назад переехали на север, в область Фриули-Венеция-Джулия. Там я и родился, в городке Градо. Но с Сицилией поддерживал и поддерживаю тесные связи: лет до двадцати проводил там по четыре месяца в году. И сегодня, если еду в Италию не по делам, то к родителям во Фриули или на Сицилию.

В Болонью Джованни когда-то приехал учиться в университете. Окончив экономический факультет, некоторое время углублял знания в Бельгии.

Потом пришло время подумать о карьере. Окинув глазами профессионального экономиста окружающую действительность, он пришел к малоутешительному выводу: в условиях экономического кризиса в Италии и по соседству ему мало что светит. А вот Россия представлялась весьма перспективной.

— В Москве гораздо больше возможностей: конкуренция еще не достигла европейских масштабов, налоговый режим благоприятнее, инвестиции дают куда большую отдачу, — *перечисляет он*.

Но как попасть и закрепиться на незнакомом российском

рынке молодому выпускнику университета? И Джованни решил... учиться дальше. В Москве.

— В 2008 году я приехал сюда и год учил русский язык в МГУ. К тому времени я уже, кстати, помимо итальянского знал английский и немецкий.

Потом попытался найти какую-то интересную работу сначала в Москве, потом — в Италии. В следующем, 2009 году, вновь вернулся в российскую столицу и еще несколько месяцев совершенствовался в языке. Опять пробовал свои силы на разных поприщах.

В 2010 году я работал в Италии на фирме, поставлявшей запчасти и комплектующие для торговых автоматов, отвечал там за продажи в страны Восточной Европы. И познакомился с владельцем российской компании «СИБА-Вендинг» — он был нашим клиентом.

А в 2012 году я уже окончательно перебрался в Москву. На одной выставке увидел того человека. Подошел, напомнил о нашем знакомстве... В конце концов, он меня пригласил на работу в свою компанию, которая импортировала из Италии торговые автоматы. Я стал там первым итальянцем.



В «СИБА-Вендинг» Джованни отвечал за развитие бизнеса в конкретном секторе – реализации машин по приготовлению и продаже кофе в офисах и местах общественного питания. Машин последнего поколения – капсульных. Капсула очень удобна для применения в кофемашинах и главное – долго сохраняет все вкусовые качества кофе, позволяя готовить напиток действительно «итальянского» уровня.

шей собственностью, нами обслуживается и ремонтируется. А наш бизнес состоит в том, что фирма-клиент обязуется покупать у нас же ежемесячно определенный минимум капсул. Этот минимум зависит, в первую очередь, от размера и мощности автомата. То есть от 50 капсул в месяц до, скажем, 800 – для кофемашины в крупном ресторане. Сама фирма-клиент может позволить сотрудникам пользоваться машиной бесплатно или за деньги: для этого мы по договоренности оснащаем аппарат специальными монето- или банкнотоприемниками.

В Москве гораздо больше возможностей: конкуренция еще не достигла европейских масштабов, налоговый режим благоприятнее.

– Хорошо покупали такие машины?

– Их в основном не покупают, а берут в аренду. Мы подписываем контракт с какой-то фирмой, привозим кофемашину в офис и устанавливаем. Бесплатно.

– Что значит бесплатно?

– Бесплатно! Машина – они бывают разного размера – остается на-

– А как долго в среднем окупается для вас одна такая машина?

– Не очень долго. Месяцев за пять, иногда и меньше. Хотя тут сложно подсчитать с точностью.

– Они популярны в России?

– Торговля через автоматы здесь еще не очень развита. Но «настоящий итальянский кофе» – это





Рынок здесь еще почти не освоен,
места хватит всем.

бренд. А тут, пожалуйста — даже в кафе или бар не надоходить... Так что ставим новые машины постоянно. Надо сказать, что рынок торговых автоматов в России растет со скоростью 20% в год.

— Я даже слышал, что данный вид торговли не знает экономических кризисов, спады ее не касаются...

— Скажу больше: вендинговая торговля идет в противофазе с экономическим кризисом. То же самое, скажем, у «Макдоналдса»: известно, что продажи фастфуда в кризис только растут. И это вполне объяснимо. Людям приходится затягивать пояса. Но не есть или не пить они все равно не могут. Человек, возможно, перестанет ходить вечером в пиццерию, но будет ужинать дома.

Или возьмем кофе... В Италии чашечка «экспрессо» у стойки бара стоит в среднем один евро. А в офисном автомате такой же по качеству кофе — 25–30 центов. Так что бизнес перспективный. И дистрибуци-

ей продукции, например, известной итальянской фирмы Lavazza, выпускающей различные сорта кофе, кофейных автоматов и капсул, занимается немало российских фирм.

— И как одолеть конкурентов? Демпинговать?

— Нет, как раз демпинг нежелателен. Этот ведь неизбежно приведет к торговле себе в убыток и, в конце концов, уходу с рынка. А рынок здесь еще почти не освоен, места хватит всем.

Поэтому представители различных фирм, действующих в этом секторе, предпочитают встречаться и как-то договариваться о принципах работы: скажем, не опускать цен ниже какого-то предела, не переманивать друг у друга уже имеющихся клиентов. А побеждает в конкурентной борьбе тот, кто лучше организует сервис, поставки капсул и других ингредиентов. Логистика — едва ли не главная статья расходов в этом бизнесе. Приходится содержать большой собственный парк автомо-

Я убедился, что с русскими можно работать не хуже, чем с соотечественниками.





билей. Но при нынешнем состоянии дорожного движения в Москве никакого парка не хватит. Порой машина, чтобы доставить полсотни маленьких капсул, продирается к клиенту по два часа через пробки. Весьма дорогое удовольствие.

— Я знаю, что вы покидаете компанию «СИБА-вендинг». Каковы ваши дальнейшие бизнес-планы?

— Не скрою, я приехал в Москву заработать денег. И еще до прихода в «СИБА-Вендинг» пробовал себя в качестве агента итальянских фирм, за-

нимающихся, в частности, экспортом в Россию продуктов питания, овощей. Считаю это весьма перспективным направлением.

И сегодня я разворачиваю сотрудничество — пока только как агент — с этими итальянскими компаниями. Естественно, пока речи о продажах в крупные торговые сети не идет — для этого нужна серьезная организация, мощности, деньги, наконец. Но в некоторые московские рестораны удалось с моей помощью организовать поставки. Только что открыл собственную фирму, буду выступать уже не просто как агент, а как импортер.

Порой машина, чтобы доставить полсотни маленьких капсул, продирается к клиенту по два часа через пробки.

— Но для этого, как вы сами сказали, нужны серьезные мощности — те же специально оборудованные склады... А на это нужны средства. Кстати, какие?

— Сотни тысяч евро.

— И где их взять?

— Нужны партнеры. Итальянские или русские — не так важно: я убедился, что с russkimi можно работать не хуже, чем с соотечественниками. Причём я считаю, что недвижимость в России надо не арендовать, а покупать. В собственность. Жилье, офис, склады.

— Вы не слишком категоричны?

— Аренда в Москве неудобна. Мало того что плата растет постоянно и непредсказуемо, так арендатор ничем не защищен. Я вот холостяк, снимаю в районе метро «Белорусская» двухкомнатную квартиру, 54 кв. м. Плачу за нее ежемесячно при-

мерно по тысяче рублей (около 25 евро) за метр. Все нормально, но я знаю, что при желании меня могут выставить из этой квартиры в любой момент. В Италии не так. Если ты прожил в съемной квартире достаточно долго, тебя сразу не выгонишь, хоть в суд подавай. И будет достаточно времени на поиск нового жилья. Но ладно квартира. А представляете, если вдруг требуется срочно освободить и куда-то перевезти целый склад!

— Но недвижимость в Москве недешева...

— Знаю. Зато она дает доход, которого в Италии не будет. Вообще-то я планирую через пару-тройку лет открыть в Москве магазин продуктов питания из Италии. Если договоримся с партнерами, возможно, с течением времени удастся превратить минисупермаркет и в сетевой.

— Желаем успеха! ■



Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
на facebook.com





KUPIVIP.RU

V.I.P.-шопинг

*Основатель и СЕО первого в России
онлайнового шопинг-клуба **Оскар
Хартманн** расширил клиентуру высоких
фэшн-брендов благодаря удачной
электронной коммерции*

Холдинг Kupivip основан в 2008 году. Оскар Хартманн — из казахстанских немцев. Свой первый бизнес он открыл в Германии, но переехал в Москву, чтобы запустить здесь, возможно, свой главный проект.

«Я в бизнесе уже 13 лет, — рассказывает Оскар. — Три года занимался онлайновой торговлей в Германии, в частности, продавал спортивное питание. Но мне хотелось выйти на другой уровень. И я переехал в Москву».

Идея его московского стартапа состояла в том, чтобы продавать брендовую одежду из не самых новых, а иногда и из самых новых коллекций с большими скидками — до 85%. Схема уже была успешно реализована на Западе (например, во Франции — Vente-privee.com). Расчет прост. Высокие бренды очень не любят дешевые распродажи — нельзя, что называется, «терять лицо». Но куда девать нераспроданные излишки товара? Закрытые онлайновые шоппинг-клубы — вот решение проблемы. И излишки реализуешь, и лицо сохранишь. А у потребителей появляется прекрасная возможность приобретать люксовые товары в три раза дешевле, чем в бутиках. Только надо не прозевать: выгодные предложения действуют весьма ограниченный период времени.

Оскар Хартманн уверен, что почти все бизнес-схемы, доказавшие свою работоспособность на Западе, могут с успехом реализоваться в России. При правильной организации дела, конечно.

«В 2007 году интернет-торговля предметами гардероба и обувью была очень развита на Западе, но в России эта отрасль практически еще не существовала, — говорит Оскар. — Онлайновым продавцам не очень-то доверяли. И это было нашей главной задачей — преодолеть недоверие. И нашей команде это удалось».

Выпускник МГУ, учился и работал потом в разных странах. Зарубежных деловых контактов хватало. Но в Москве особых связей не было.

«Приехав в Москву, я задал себе вопрос — как я смогу добиться успеха без административного ресурса? — продолжает Оскар. — Оказалось, это вполне возможно. Надо лишь строить свой бизнес четко и лаконично, без лишних издержек. Я хотел конкурировать по-честному. Мое преимущество, пожалуй, было в международном опыте, плюс я был готов работать круглыми сутками, чтобы добиться нужного мне результата. Я хотел трудиться бок о бок с профессионалами и честно выполнять свои обязанности. Так все и вышло».



Хартманн привлек в проект серьезные инвестиции — свыше \$140 млн. На первом этапе стартап поддержали западные бизнес-ангелы. Потом подключились инвестфонды.

«Уже около пяти лет мы успешно работаем с партнером фонда Mangrove Capital Дэвидом Вароквиром, — говорит Оскар. — Поскольку выданные нам деньги — не благо-

творительность, то мы постараемся как можно быстрее вернуть капитал, многократно его приумножив». В 2015 году планируется IPO, и Оскар Хартман рассчитывает достичь капитализации на уровне \$1 млрд. И это вполне реально, если учесть что продажи в прошлом году уже превысили \$350 млн. ■

Мы постараемся как можно быстрее вернуть капитал, многократно его приумножив.



**Интервью с инвестором
проекта Kupivip
Дэвидом Вароквиром**



Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
на facebook.com





Пространство для роста

Партнер *Mangrove Capital Partners* бельгиец **Дэвид Вароквир** предсказывает Москве через пару лет **настоящий инвестиционный бум**

ТЕКСТ: ИГОРЬ ЛЕВШИН | ФОТО: MANGROVE CAPITAL



— Когда вы впервые инвестировали в российский бизнес?

— В 2006 году, в компанию Quintura, разработчик поисковой системы. Потом поддержали медиа-проект Entermedia, специализирующийся на мультиплатформенной рекламе, в том числе в играх. KupiVIP.ru — третий по счету. Потом был Drimmi, социальный игровой сервис. Еще мы инвестировали в Oktogo —

как инвестировать в российскую индустрию моды, никакой онлайновой торговли в данном секторе в России не было и в помине. Рынок электронной коммерции явно отставал, имелись проблемы с доступом в Интернет, с организацией платежей — расплачиваться карточками даже москвичи еще не привыкли. И, конечно, из-за гигантских расстояний возникали проблемы с доставкой.

Проекты электронной коммерции требуют серьезных денег.

крупнейший сервис бронирования отелей. А совсем недавно поддержали HomeMe — портал онлайновой торговли мебелью.

— Когда и как вам пришла идея инвестировать в проект KupiVIP.ru?

— Я давно понял, что мода очень важна для российских потребителей, и это весьма перспективный сегмент бизнеса для инвесторов. Русские любят модные вещи, все ведущие бренды представлены в Москве. Когда в 2008 году мы взялись обсуждать,

Посылка из Москвы во Владивосток — это целая эпопея.

А на Западе мода уже была важной частью электронной торговли. Реализовать западные бизнес-модели



в Москве было для нас настоящим вызовом.

Мы довольно быстро пришли к выводу, что если хотим выйти на российский рынок, необходимо создание инфраструктуры. Нужно найти опытных предпринимателей со знанием местного рынка. И мы нашли подходящего человека — Оскара Хартманна. Мы встретились, чтобы обсудить инвестиции в проект KuriVIP.ru в 2008 году, проговорили два часа и поняли, что наши взгляды совпадают. Через несколько недель после разговора проект KuriVIP.ru уже стартовал.

— KuriVIP.ru — самый успешный из ваших проектов?

— Однозначно самый крупный. В мире венчурного капитала успех измеряют тем, что у нас называют exit — выходом из бизнеса. Mangrove инвестирует в компании на ранних стадиях их развития. Поэтому речь о доходах обычно не идет. Но безусловно KuriVIP.ru — это успех, ведь

он на российском рынке первый в своем секторе. И он важен не только потому, что большой: его пример стимулировал многих талантливых российских венчурных капиталистов, люди поверили, что в России можно с успехом реализовывать проекты электронной коммерции.

— Какие средства вы вложили в проект?

— Я не могу обнародовать конкретные цифры, но скажу вам откровенно: проекты электронной коммерции в России требуют серьезных денег. Исполнительская дисциплина не слишком высока, есть проблемы с качеством сервиса. Поэтому, если вы собираетесь открывать масштабный бизнес, то необходимо инвестировать в собственные структуры: и финансую, и логистику по стране, и доставку конечному пользователю (так называемую «последнюю милю»). Надо создавать колл-центры. Это большие затраты. Обычно они отпугивают западных инвесторов. А мы решились.

Я не вижу принципиальных препятствий для инвестирования. И процесс не особо отличается от того, как это происходит на Западе.



— **Как вы общаетесь с исполнителями проекта в Москве?**

— Мы делимся не только деньгами, но и знаниями, опытом. Мы даем советы, помогаем с коучингом. Для Mangrove вообще характерно участие в обсуждениях планов, идей. Мы не управляем бизнесом наших стартапов, рычаги управления полностью у руководства компаний, но

— **Достаточно ли благоприятен московский бизнес-климат для европейских инвесторов?**

— Я не вижу принципиальных препятствий для инвестирования. И процесс не особо отличается от того, как это происходит на Западе.

— **А бюрократия мешает?**

Московские потребители ищут возможности делать покупки более удобным способом — проводить лишние 2-3 часа в пробках у них нет желания.

свое мнение всегда высказываем. Общаемся с Оскаром несколько раз в неделю, а на первых этапах — буквально каждый день. В основном, конечно, по Skype. В Mangrove я отвечаю за Россию и Украину, поэтому бываю в Москве часто, слежу за рынком. И не только в Москве — в Санкт-Петербурге, Казани.

— **Когда вы рассчитываете вернуть вложенные деньги в проекте KiriVIP.ru?**

— Компания продолжает расти, но реалистичный прогноз — 2-3 года.

— Нас в Mangrove это непосредственно не затрагивает, хотя и сказывается на бизнесе компаний, с которыми мы работаем. В результате, как правило, в российских стартапах больше сотрудников, чем в аналогичных на Западе. Отчасти это объясняется бюрократией и тем, что приходится больше ресурсов тратить на финансовые службы.

— **Что можно сделать для улучшения инвестиционного климата?**



— Сейчас иностранных инвесторов, активно вкладывающих венчурный капитал в Россию, относительно мало. Главная причина, с моей точки зрения, — недооценка иностранными инвесторами потенциала российского рынка. Вторая причина: у инвесторов нет ясности по поводу выхода из проекта и возврата инвестиций. Венчурному инвестору нужно, чтобы через 5–7 лет после старта бизнес можно было продать или вывести на IPO, или получить отдачу от вложений каким-то другим образом. Я ожидаю, что скоро, может быть через пару лет, в России будет много успешных выходов из проектов, будут большие и громкие продажи компаний. Этот успех воодушевит многих иностранных инвесторов.

Напомню вам историю Skype. Когда компанию успешно продали eBay, это было революционное событие, изменившее весь мир венчурного бизнеса Европы. Оно поделило эпоху на две: до Skype и после Skype. Нечто подобное может произойти в ближайшую пару лет и в России.

В 2012 году российский рынок электронной коммерции оценивался в \$10–12 млрд, а это меньше 2% общего объема розничной торговли. В среднем по миру этот показатель составляет 6,5–7%. Так что для роста есть огромное пространство. Инфраструктура понемногу формируется, московские потребители ищут

возможности делать покупки более удобным способом — проводить лишние 2–3 часа в пробках у них нет желания. Кроме того, расширяется ассортимент электронной торговли. Для потребителей российских регионов важней как раз доступность товаров: через Интернет они могут получить то, что в их городах не продается в магазинах. Получается, что и большие города и регионы по-своему перспективны.

— Какой представляется вам ситуация в электронной коммерции России сегодня?

— Как мне кажется, сейчас российские предприниматели основывают свои онлайневые компании примерно в тех же секторах экономики, что их коллеги в других странах. Недавно был скачок роста в мобильной торговле, возникло несколько интересных проектов. Продолжается рост в электронной торговле, очень неплохие успехи в онлайновой игровой индустрии, на рынок выходят интересные студии разработчиков игр, другие талантливые предприниматели. Русские бизнесмены сильны в облачных сервисах, в бизнесе социальных сетей.

Сейчас российский ландшафт очень разнообразен. Картина сильно поменялась за последние несколько лет. Раньше воспроизводились исключительно западные бизнес-моде-



ли. А сейчас много проектов вполне оригинальных, инновационных. Это важная веха для Рунета.

— Что вы можете посоветовать потенциальному иностранным инвесторам?

— Если вы собираетесь развернуть в Москве серьезный бизнес, то с самого начала надо отдавать себе отчет в том, что придется потратить на это немало времени, сил и ресурсов. Для русских важны личные контакты, встречи лицом к лицу, а не через Интернет, надо сразу настроиться на частое посещение страны. Не раз или два в год, а раз или два в месяц, как делаем мы и как делают другие иностранные инвесторы.

И еще одно. Некоторые законодательные аспекты делают менее привлекательными отдельные категории бизнеса. Речь идет о покупке товаров за границей. Из-за пошлин и других препятствий иностранные товары оказываются существенно дороже местных. Для больших компаний это не послужит серьезным препятствием, но у небольших могут возникнуть непреодолимые проблемы.

— Как вы отноитесь к тому, что многие российские стартапы копируют западные образцы?

— Если вы копируете какой-то инновационный интересный проект, приспособливая его под российскую инфраструктуру, то почему бы нет? И KupiVIP.ru, и OkTogo.ru имеют аналоги на Западе. Но в России таких проектов не было, и они появились со своей инфраструктурой

— Что вы думаете о государственной поддержке венчурного бизнеса?

— Правительственные инициативы, такие как «Сколково», «Роснано» и другие приносят большую пользу. Только надо быть реалистами и понимать, что не всем стартапам будет сопутствовать успех. Такова специфика венчурного бизнеса. Главное, чтобы проект был интересный, чтобы его руководители были амбициозными и хорошо мотивированными. Это одинаково важно и для российских инвесторов и для западных. ■



Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
на facebook.com





Новые потребители

*Миграция делает Москву самым
крупным и быстрорастущим
центром спроса на потребительские
товары и услуги в Европе*

ТЕКСТ: АЛЕКСЕЙ ТИХОНОВ | ФОТО: АРТУР ПОПОВ



ПО ОФИЦИАЛЬНОЙ СТАТИСТИКЕ ЛЬВИНАЯ ДОЛЯ МИГРАНТОВ — ЭТО ЖИТЕЛИ РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ.

В последние годы число мигрантов, официально регистрируемых в российской столице, растет особенно быстрыми темпами. В 2010 и 2011 гг. по данным государственной статистики в Москву прибывало по 125 тыс. человек. В 2012-м этот показатель превысил уже 200 тыс. Судя по текущим данным, в 2013-м прошлогодний рекорд будет побит. С января по август в Москву переместились 147 тыс. человек. Это почти на 38% больше, чем за тот же период 2012 года. С 2008 года население Москвы увеличилось почти на 800 тыс. человек — более чем на 7%. Это все равно как если бы в столицу перебрался целый российский город из первой десятки крупнейших мегаполисов страны.

Кто едет в Москву? По официальной статистике львиная доля мигрантов — это жители российских регионов. За первое полугодие 2013 года из общего числа мигрантов более 90% прибыло именно оттуда. Представителей стран СНГ в общем миграционном потоке на порядок меньше — около 7%. Конечно, это только официальная статистика. В Москве, как и в ряде других европейских столиц, остро стоит проблема нелегальной миграции. Эта проблема особенно обострилась в 2013-м, и московское правительство предприняло ряд шагов по ее разрешению. Но, разумеется, так просто ее не решить. Это долгий процесс, зависящий и от политической воли федеральных властей.

А реальность на данный момент такова. По оценкам ООН, подтверждаемым Федеральной миграционной службой, общее



**ЗА ПОСЛЕДНИЕ
ПЯТЬ ЛЕТ ОБЩЕЕ
КОЛИЧЕСТВО
ОБИТАТЕЛЕЙ
СТОЛИЧНОГО
МЕГАПОЛИСА
УВЕЛИЧИЛОСЬ
НЕ МЕНЕЕ
ЧЕМ НА 20%.**

количество мигрантов (включая нелегальных) в России достигает 11 млн человек.

По данным ФМС, в Москве проживает сейчас около 1 млн мигрантов из других государств. Еще 1,5 млн — в Московской области.

Таким образом, за последние пять лет общее количество обитателей столичного мегаполиса увеличилось не менее чем на 20%. Что это означает? Прежде всего — колоссальный прирост емкости столичного рынка потребительских товаров и услуг и, как следствие, капитализации всех московских активов, так или иначе связанных с обслуживанием потребностей населения города и прилегающих к нему районов. С другой стороны, резко усиливается нагрузка на транспортную и социальную инфраструктуры, что приводит к увеличению инвестиций в их развитие как из бюджета Москвы, так и за счет частно-государственного партнерства разных видов. Разумеется, оба вышеупомянутых фактора формируют дополнительные возможности для бизнеса, в том числе западного. И возможности эти нельзя переоценить.

Стратегия московских властей в отношении миграции — не допустить формирования закрытых этнических анклавов. До недавнего времени большую часть мигрантов из стран бывшего СССР составляли граждане, родившиеся и выросшие в советскую эпоху. Причем значительная часть приходилась на некоренных жителей республик бывшего СССР, ставших независимыми государствами.



**РЫНОК
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ
ТОВАРОВ И УСЛУГ
СТОЛИЧНОГО
РЕГИОНА
ОЖИДАЕТ
ЭКСТЕНСИВНОЕ
РАСШИРЕНИЕ.
НАСЫТИТЬ ЭТОТ
РЫНОК — ЗАДАЧА
БИЗНЕСА,
В ТОМ ЧИСЛЕ
ИНОСТРАННОГО.**

Теперь ситуация изменилась. Пришли новые мигранты, и они уже другие. Очень большой приток мигрантов наблюдается из Узбекистана — самого крупного государства на территории бывшего СССР в Центральной Азии. Это молодые люди, сформировавшиеся уже в условиях независимости, как правило, не получившие достаточного образования и не нашедшие себе места в современном Узбекистане. И они представляют собой серьезный источник социальных и даже политических рисков. Антиимиграционная повестка в последние годы захватила не только националистические группы, но и представителей московского среднего класса. Судя по всему, российской и московской власти придется реализовывать двойную стратегию, опробованную еще в советские годы при управлении миграционными потоками вьетнамских граждан, приезжавших работать на промышленных предприятиях Москвы и близлежащих к ней регионов. Работодатели будут отвечать за приглашенных и создавать для них условия для проживания. После окончания контракта мигрантов обяжут покинуть страну.

В принципе, эта стратегия отвечает намерениям большинства приезжих из Узбекистана. Но трудно ожидать, что эти намерения не изменятся в процессе жизни и работы в российской столице. Соответственно, властям придется потратить усилия и средства на поднятие образовательного уровня мигрантов. Работа в этом направлении уже ведется. Для мигрантов создана целая сеть образовательных цен-



тров. Правда, в результате повышения образовательного уровня желание возвращаться на родину, где в условиях стагнирующей экономики патриархальные тенденции только усиливаются, у мигрантов еще более ослабеет. Но усилия интеграционные процессы, и вполне возможно, что значительная часть этих новых мигрантов тоже пополнит ряды платежеспособного населения столичного региона, расширив потребительскую емкость рынка.

Как бы то ни было, в среднесрочной перспективе рынок потребительских товаров и услуг столичного региона ожидает экстенсивное расширение за счет постоянного притока мигрантов. Насытить этот рынок — задача бизнеса, в том числе иностранного. В идеале нелегальной миграции должен быть поставлен заслон, а легальная должна тщательно регулироваться. В этом случае от миграционного потока выиграют все виды бизнеса, ориентированные на потребительские товары и услуги, поскольку конкурентный климат окажется куда мягче, чем на давно устоявшихся западных рынках. И только иностранные предприниматели смогут этот оценить по достоинству. ■





Торговый партнер

*Как западному поставщику
выстраивать отношения с российскими
дистрибуторами?*

ТЕКСТ: ЛЕОНИД СОКОЛОВ | ФОТО: «ЮНИТ-КОНСАЛТ»



Российский рынок огромен, и на нем каждый товар, тем более качественный, найдет своего потребителя. Но путь товара от западного поставщика к покупателю не прост. О том, как пройти этот путь быстрее и наладить бесперебойные поставки, рассказывает генеральный директор компании «Юнит-Консалт» Татьяна Сорокина.

— В чем отличие российского торгового рынка от западного?

— Российский рынок еще не вполне цивилизован. И те торговые практики, которые эффективно действуют на Западе, в России пока только внедряются, порой с трудом. Но есть несколько крайне интересных сегментов рынка, которые уже прошли эту фазу и с точки зрения деловых отношений вполне соответствуют западным стандартам. Например, рынок продуктов питания. Там очень сильна конкуренция, и посредническая наценка в каналах поставки невелика.

— Как вообще западному поставщику выйти на российский рынок? Какие действия необходимо предпринять?

— Первое, что нужно сделать, — составить перечень потенциальных торговых партнеров, то есть тех, кто действует в данном сегменте рынка. Перечень партнеров составляется по регионам — чтобы обеспечить необходимое покрытие. Это информация открытая, заходите в Интернет, набираете в поисковике нужное сочетание слов и получаете то, что ищете. Можно заглянуть на сайты конкурентов — некоторые указывают своих торговых партнеров.

ВАЖНЕЙШИЙ ЭЛЕМЕНТ ВЫСТРАИВАНИЯ ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ — ОБУЧЕНИЕ.



— А как дистрибуторы сегментируются? По продуктовым категориям?

— Обычно да. Если говорить о продуктах, то тут есть дистрибуторы по «молочке», по «мясу» и т. д. То же самое в других отраслях, например, промышленных товаров. Там, кстати, особенно важна специализация, потому что дистрибуторы промышленных товаров еще оказывают сервисные услуги, а сервис, скажем, по кондиционерам совсем не такой, как по горнодобывающему оборудованию.

— Что дальше?

— Запрашиваем у дистрибуторов информацию о том, с кем, с какими сетями они работают. Как правило, они в ответ присылают свою презентацию, где сообщается о том, сколько и каких клиентов они готовы предоставить. На основании этого принимается решение о заключении партнерских соглашений. Если в первоначальном списке может быть три десятка компаний, то в партне-

рах остается 10–15, этого обычно достаточно, чтобы охватить всю территорию России. Но параллельно — что даже более важно — нужно вести работу по формированию стратегии продвижения своего товара на рынок. Партнеры — это тактика. Если не будет стратегии, они бесполезны. Поэтому прежде всего необходима разработка специальной коммерческой политики, того, с какими условиями вы выходите на российский рынок. Нужно четко сформулировать свои цели и задачи как по продуктовым направлениям, так и по регионам: Москва, Санкт-Петербург, города-миллионники. Коммерческие условия — это то, чем и как вы будете мотивировать своих торговых партнеров. Какие бонусы, премии по итогам полугодия, года, при достижении каких результатов, какие будут скидки, например, за разовые объемные закупки или за то, что дистрибутор принял определенные условия. Это очень важно. Ведь на цивилизованных рынках дистрибутор, во-первых, предоставляет

**НУЖНО ЧЕТКО СФОРМУЛИРОВАТЬ СВОИ ЦЕЛИ
И ЗАДАЧИ КАК ПО ПРОДУКТОВЫМ НАПРАВЛЕНИЯМ,
ТАК И ПО РЕГИОНАМ.**



поставщику всю отчетность: какому клиенту, сколько он продал товара. Во-вторых, дистрибутор готов поддерживать марку, и у него есть бюджет, который он — совместно с поставщиком — готов использовать для продвижения продукции. Для дистрибутора заводить новую продукцию в торговые сети всегда большая проблема, он готов помочь, но этот бюджет должен быть совместным. А на начальном этапе именно поставщику следует брать на себя большую часть, до 70% бюджета по продвижению продукции в каналах сбыта — рекламные кампании, акции, бонусы для продавцов, закупщиков и т. п. Это очень важно. Могу привести в пример западного поставщика такого весьма непривычного для россиян продукта как слабоалкогольные коктейли. Настолько грамотно построили программу продвижения по регионам (они выбрали, помнится, пять миллионников), что подняли свою представленность в розничных сетях с нуля по 15%.

— *И о каких суммах идет речь?*

— Если говорить о федеральном сбыте, то есть о городах-миллионниках, то на старте в Москве потребуются сотни тысяч рублей в месяц, в регионах — десятки тысяч. Совместные программы по стимулированию сбыта — важнейший инструмент для выхода на рынок.

— *Чем еще можно заинтересовать российских дистрибуторов?*

— Мы обсудили коммерческий аспект — то есть цены, скидки, бонусы — и маркетинговый, программу продвижения продукта. Третий важнейший элемент выстраивания партнерских отношений — это обучение. Если, допустим, речь идет о каком-то премиальном товаре, продавать его без специально обученного персонала просто невозможно. Дистрибутор должен знать преимущества вашего товара, как их представлять потребителю, а этому надо учить. Оптимальный вариант: когда на базе

**НИ В КОЕМ СЛУЧАЕ НЕ ДЕЛАТЬ СТАВКУ
НА ОДНОГО ПАРТНЕРА. НЕЛЬЗЯ РАБОТАТЬ ТОЛЬКО
С ЭКСКЛЮЗИВНЫМ ДИСТРИБЬЮТОРОМ.**



дистрибутора поставщик имеет возможность доплачивать одному специально обученному человеку, бренд-менеджеру (его стоит вывезти к себе для прохождения курса), и тот передает свои знания о продукте другим, работает с продавцами, закупщиками.

— Есть ли какие-то подводные камни, связанные со спецификой бизнес-среды или местного менталитета, которые стоит иметь в виду западным поставщикам, выходящим на российский рынок?

— Наверное, проблемой может стать недостаточная цивилизованность деловых отношений в некоторых отраслях. Я по собственному опыту знаю, что в сегменте поставок дорогостоящего медицинского оборудования давным-давно сформировалась абсолютно адекватная деловая среда, там бояться нечего. Но если говорить, к примеру, о поставках детских игрушек, то это пока диковатый рынок. Вполне могут, продать товар не на той территории и не по той цене, что полагается по договору.

— Что бы вы посоветовали западным поставщикам при формировании отношений с российскими дистрибуторами?

— Ни в коем случае не делать ставку на одного партнера. Нельзя работать только с эксклюзивным дистрибутором. Я знаю много историй, когда заключался эксклюзивный договор, и все это плохо кончалось. Если говорить об охвате территории до Урала, нужно иметь от семи до десяти партнеров. И второе — почаще приезжайте к своим партнерам. Надо все видеть своими глазами. Тогда и не возникнет никаких неприятных неожиданностей. ■



МОДЕЛИРУЕМ СИТУАЦИИ



www.mauer-group.ru



Правила игры

*Недостаточное знакомство с российскими
бизнес-реалиями чревато неприятными
неожиданностями для западных компаний*

ТЕКСТ: ИГОРЬ ИВАНОВ | ФОТО: MAUER GROUP



Когда игра ведется по правилам, в которых не очень разбираешься, вероятность выиграть минимальна.

*Генеральный директор компании MauerGroup **Ирина Арехина** разбирает ситуации из своей практики, способные послужить наглядным уроком для иностранных компаний, вступающих в партнерские отношения с игроками российского рынка.*

СИТУАЦИЯ



Иностранная компания пригласила на пост CEO своего московского подразделения иностранца. Составление трудового договора поручили юристам. Представленные расчеты по налогу на доходы физических лиц (НДФЛ) вызвали некоторые сомнения. Иностранная компания попросила экспертов произвести проверку.

РЕШЕНИЕ

действует во всей территории бывшего СССР), а также его поездки в отпуск на родину или на курорты. В результате излишне удержаный НДФЛ оказался минимальным. Излишне удержаный НДФЛ возникает из-за особенностей российского налогового кодекса, требующего вместо 30-процентной ставки для иностранцев применения стандартной ставки в 13% в случае, если иностранец в течение года пробыл на территории РФ не менее 180 дней. С учетом частых командировок эти 180 дней CEO набрал бы позже и, соответственно, налог по повышенной ставке с него взимался бы дольше. Были выполнены новые расчеты излишней удержанного НДФЛ для различных вариантов рабочего графика CEO.

В российском налоговом законодательстве есть свои нюансы относительно налогообложения нерезидентов РФ. В западных компаниях, действующих



СИТУАЦИЯ



Австрийская компания договорилась с администрацией одного из российских регионов о строительстве завода по производству ирригационного оборудования, подписав меморандум о намерениях. Для реализации проекта была зарегистрирована дочерняя российская компания. Администрация выделила участок под строительство и объявила торги на право его аренды. Однако накануне торгов отказалась называть компаний стоимость последующего выкупа участка в собственность.

РЕШЕНИЕ

По российскому законодательству цена приватизации участка рассчитывается как произведение кадастровой стоимости объекта, а также ставки и коэффициента кратности земельного налога. Все три параметра могут измениться, поэтому администрация и отказалась определить фиксированную сумму. После анализа сложившейся ситуации австрийской компании было рекомендовано не участвовать в торгах. В результате торги не состоялись ввиду отсутствия поданных заявок. Дальнейшая судьба проекта будет решаться в новом раунде переговоров между австрийской компанией и администрацией района.

Решение запустить проект при неясных перспективах приватизации земельного участка было бы опрометчивым. Эту ситуацию можно было предусмотреть заранее. Российским законодательством не предусмотрена возможность включения в договор аренды земельного участка, находящегося в государственной или муниципальной собственности, условий о фиксировании на будущее цены этого земельного участка. Поэтому иностранным компаниям, реализующим свои проекты на российской территории, следует сначала приобретать земельные участки в собственность и только потом приступать к строительству своих объектов. Во всяком случае, этот вопрос надо включать в повестку переговоров как можно раньше.



СИТУАЦИЯ

3

Иностранная и российские компании создали совместное предприятие по строительству бетонного завода. Российская сторона представила находящийся в ее собственности участок земли, иностранная компания финансировала строительство. Когда завод заработал, российская сторона заявила о выходе из СП и закрыла партнеру доступ к производственной площадке, подав спустя год иск о банкротстве.

РЕШЕНИЕ

Банкротство — довольно распространенный способ захвата активов. В данном случае недобросовестный партнер, пользуясь своим правом собственности на земельный участок, пытается завладеть зданиями и производственными сооружениями, построенными на иностранные средства. Иностранная компания подала встречный иск о признании своих прав на земельный участок, добилась судебного решения о допуске на производственную площадку, но общей ситуации это не изменило. Завод остановился, стороны выдвигали новые иски друг против друга. В результате была создана почва для иска о банкротстве. Предстоят дальнейшие разбирательства.

Не предусмотрев подобного поворота событий, иностранная компания понесла серьезные убытки. Создавая паритетное совместное предприятие лучше всего соблюдать паритет во всем, в том числе в инвестициях. И ни в коем случае нельзя соглашаться на возведение производственных мощностей за свой счет на территории, которую вы не контролируете — на правах аренды земельного участка, без доли в его собственности. Создание СП на паритетных началах, с равными долями 50 на 50, в случае конфликта собственников чревато патовыми ситуациями. В СП со своими инвестициями надо входить только с контрольным пакетом.



СИТУАЦИЯ

4

Западная компания заключила соглашение с российским сельскохозяйственным производителем, предоставив 100% предоплаты. Но год оказался неурожайным. Российский партнер не в состоянии ни поставить продукцию, ни вернуть средства, предоставленные в качестве предоплаты.

РЕШЕНИЕ

В данном случае речь идет не о недобросовестности партнера, а о форс-мажоре. Поставщик обещает исправить ситуацию и выполнить соглашение в будущем, но гарантий никаких нет. Не следует производить 100% предоплату предполагаемых поставок, особенно в тех случаях, когда в выполнение контракта могут вмешаться обстоятельства, не зависящие от партнера. Западные компании зачастую идут на это, полагая, что смогут защитить свои интересы в судебном порядке. Однако в России система взыскания убытков через суд пока развита крайне слабо. Активы можно легко увести из-под судебного преследования (так называемый «слив активов») и тогда забрать у бывшего партнера будет просто нечего. Для иностранных компаний, привыкших полагаться на судебную власть, это оказывается большой неожиданностью. В такого рода соглашениях нужно оговаривать оплату по факту получения всей продукции или по мере ее готовности. Предоплата должна определяться в том объеме, в котором компания готова идти на риск безвозвратных потерь.



Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
на facebook.com





Приглашение к сотрудничеству

*Транспорт, производство,
общественные пространства —
Московский международный форум по
иностранным инвестициям обозначил
сфера деятельности, в которых ждут
зарубежных предпринимателей*

ТЕКСТ: ВЛАДИМИР МОХОВ | ФОТО: ЕВГЕНИЙ ДУДИН



Состоялся II Московский международный форум по иностранным инвестициям, организованный по инициативе правительства Москвы. Второй год подряд он собирает представителей различных органов власти, инвесторов и экспертов международного уровня для обсуждения актуальных проблем инвестиционного климата в российской столице и регионах.

Государственная политика в сфере инвестиций, создание международного финансового центра в Москве, инвестиции в развитие городских территорий, защита интересов иностранных инвесторов — эти и другие вопросы стали центральными на дискуссионных площадках. Перед организаторами в лице столичного Департамента внешнеэкономических и международных связей стояла конкретная цель — представить ключевые направления развития инвестиционной политики, рассказать об условиях ведения бизнеса в различных секторах экономики, продемонстрировать инвестиционный потенциал столицы и регионов России зарубежным бизнесменам. Основное внимание было приковано к выступлению мэра Москвы Сергея Собянина. Что интересного предложит он в эту пору, когда из-за кризисных явлений инвестиционная активность во всем мире явно пошла на спад?

— Форум всего лишь второй, но он уже успел завоевать определенный авторитет и большой интерес со стороны инвесторов всего мира, — сразу же отметил мэр Москвы. — В этом году около 2 тыс. представителей органов государственной власти, финансовых корпораций, промышленных предприятий, малого и среднего бизнеса находится на этой площадке, и мы готовы сделать все возможное, чтобы этот форум был и интересным, и привлекательным и, самое главное, полезным.

Недавно, напомнил Сергей Собянин, население Москвы превысило отметку в 12 млн человек и продолжает расти примерно на 100 тыс. ежегодно. В большой Московской агломерации проживает более 20 млн человек, и сегодня этот крупнейший в Европе мегаполис реализует программу раз-





вития, основной целью которой является трансформация Москвы в более удобный и современный город. О масштабах преобразований говорят хотя бы такие цифры. За три года объем инвестиций в Москву вырос в 1,5 раза, до \$35 млрд в год. Большую часть этих средств вкладывают частные инвесторы, как российские, так и зарубежные.

Сергей Собянин назвал некоторые проекты, которые могли бы стать объектами дальнейших частных инвестиций. Сегодня Москва реализует одну из самых крупных в мире программ развития транспортной системы — строительство 160 км метрополитена, 240 км железнодорожных путей и 400 км автодорог. Все это требует привлечения не только государственных, но и частных инвестиций.

— Одновременно мы приглашаем инвесторов участвовать в строительстве сопутствующей инфраструктуры, такой как паркинги, транспортно-пересадочные узлы, которая по объему со-

ставляет миллионы квадратных метров недвижимости, — заявил Сергей Собянин. — Мы также приглашаем инвестировать в развитие инфраструктуры пассажирских перевозок. Приоритетное развитие транспортной системы в свою очередь дает возможность интенсивного, динамичного развития всех инвестиционных проектов в нашем регионе.

Еще одна сфера для инвестиций — обустройство современного общественного пространства. В Москве ежегодно открываются новые пешеходные зоны, парки. Эти пространства становятся естественным местом притяжения москвичей, а значит, они открыты для инвестиций в культуру, общественное питание, любой другой бизнес, связанный с обслуживанием горожан. Как заметил московский мэр, после реконструкции районов, приведения их в порядок, создания пешеходных зон, недвижимость обычно возрастает в цене от 25% до 40%.

— Инвесторы могут участвовать в реставрации и приспособлении для современного использования зданий, которые являются памятниками архитектуры, — отметил московский градоначальник. — И это новый тренд, потому что в предыдущие годы таких инвестиций почти не было. Сегодня их объем увеличился почти в 30 раз. Сотни





памятников архитектуры реставрируются не только за государственные деньги, но и за счет частных инвестиций. В городе создана специальная программа льготной аренды для инвесторов в области реставрации памятников архитектуры и истории. В отреставрированных

зданиях, которые, как правило, находятся в историческом центре города, могут быть открыты гостиницы, учреждения культуры, представительства компаний, размещен любой другой бизнес.

В социальной сфере правительство Москвы заинтересовано в по-

вышении качества образовательных и медицинских услуг, и потому будет приветствоваться создание в городе новых частных детских садов, школ, медицинских центров и даже полноценных частных больниц.

— Мы аprobировали в городе самые различные способы привлечения инвестиций — от простой приватизации, аренды зданий до концессионных соглашений в области развития здравоохранения, — подчеркнул Сергей Собянин. — Для инвестиций в эти учреждения создан режим максимального благоприятствования.

Традиционной сферой для инвестиций в Москве остается промышленное производство. Помимо программ поддержки малого и среднего бизнеса здесь готовы рассматривать предложения и от крупных производителей, заинтересованных в прямом доступе к крупнейшему потребительскому рынку и нуждающихся в квалифицированном персонале, который имеется в Москве. Речь идет о специальных городских льготах по налогу на имущество, аренде земли и других вопросах.

В качестве примера мэр Москвы привел концерн Renault-Nissan, который недавно принял решение о дополнительных инвестициях и увеличении выпуска автомобилей на московской площадке примерно вдвое. В ответ московские власти приняли целый ряд специальных льгот для поддержки этого производства.

Кроме того, для инвесторов по-прежнему открыты и такие традиционные для Москвы отрасли, как финансовый сектор, офисная недвижимость, торговля, строительство жилья и ряд других.

— Было достаточно много разговоров, что возможности для инвестиций в этой сфере сокращаются, сворачиваются, — признал мэр. — Должен сказать, что это не совсем так, а точнее, абсолютно не так. Объем инвестиций в эти отрасли практически с каждым годом наращивается.

В Москве отказались от продолжения уплотнительной застройки в центральной части города: там уже нет места. В то же время власти раскрыли новые возможности, связанные с об-

За три года объем инвестиций в Москву вырос в 1,5 раза.



устройством промышленных зон и новых территорий Москвы. Напомним, что территория российской столицы увеличилась недавно в 2,5 раза.

— Это новые возможности для инвестиций, — подчеркнул Сергей Собянин. — Поэтому я приглашаю реализовать вместе с нами самые интересные, самые эффективные проекты по самым различным направлениям, которые вас интересуют и которые устраивают город.

Руководитель Департамента внешнеэкономических и международных связей города Москвы Сергей Черемин в ходе форума отметил, что Москва по-прежнему остается лидером по привлечению иностранных инвестиций среди российских регионов. **«По первому полугодию 2013 года 62% от всех инвестиций в Россию приходится на Москву, это более \$60 млрд», — сказал он.** Черемин также обратил внимание на позитивные изменения в структуре иностранных вложений. **«В несколько раз выросли прямые инвестиции, которые состави-**



ли за полгода более \$5 млрд», — подчеркнул он.

Инвестиции в транспортную сферу стали главной темой выступления заместителя мэра Москвы по вопросам градостроительной политики и строительства Марата Хуснуллина. По его словам, в инвестиционной программе Москвы заложено порядка 1 трлн рублей на развитие транспорта, на новых территориях планируется построить 400 км дорог. Марат Хуснуллин подчеркнул, что правительство Москвы активно развивает транспортно-пересадочные узлы, строит новые станции метро и занимается снижением административных барьеров.

В социальной сфере правительство Москвы заинтересовано в повышении качества образовательных и медицинских услуг.



Москва по-прежнему остается лидером по привлечению иностранных инвестиций среди российских регионов.

«По объемам дорожного строительства мы планируем войти в первую пятерку мира в этом году», — заявил заместитель мэра.

Участники форума также обсудили тенденции развития инвестиционной политики регионов и опыт работы иностранных компаний в субъектах РФ. В дискуссии приняли участие представители Тверской, Тульской, Калужской, Тюменской областей, Республики Татарстан и других российских регионов.

Большой интерес к форуму проявили и иностранцы. «**Отношения России и Великобритании стали более динамичными. В этом году диалог между странами активизировался на государственном уровне в результате саммита G-8 в Великобритании и последующего саммита G-20 в Санкт-Петербурге**», - отметил в своем приветственном слове патрон Британской торгово-промышленной палаты

принц Майкл Кентский. Он также выразил надежду, что большой опыт и высокая компетентность руководства Московской торгово-промышленной палаты выведет на более высокий уровень экономические отношения между Великобританией и Россией.

Опытом ведения бизнеса в российских регионах на форуме поделились управляющий директор Всемирной Ассоциации агентств по содействию привлечению инвестиций Карлос Бронзатто управляющий директор Совета по содействию торговле из Нидерландов Ян Саймонс, директор по региональному развитию ЕБРР в России Арвид Тюркнер, президент технопарка «София Антиполис» (Франция) Доминик Фаш, генеральный директор Otto Group Russia Мартин Ширер, а также ставший героем одной из наших недавних публикаций президент Американской торговой палаты в России Эндрю Сомерс. ■





Из зимней спячки

*В преддверии весенне-летнего сезона
деловая активность на центральных
московских выставочных площадках
приобретает особую интенсивность*

ТЕКСТ: ИГОРЬ ИВАНОВ





CJF ДЕТСКАЯ МОДА
www.cjf-expo.ru



25.02 – 28.02

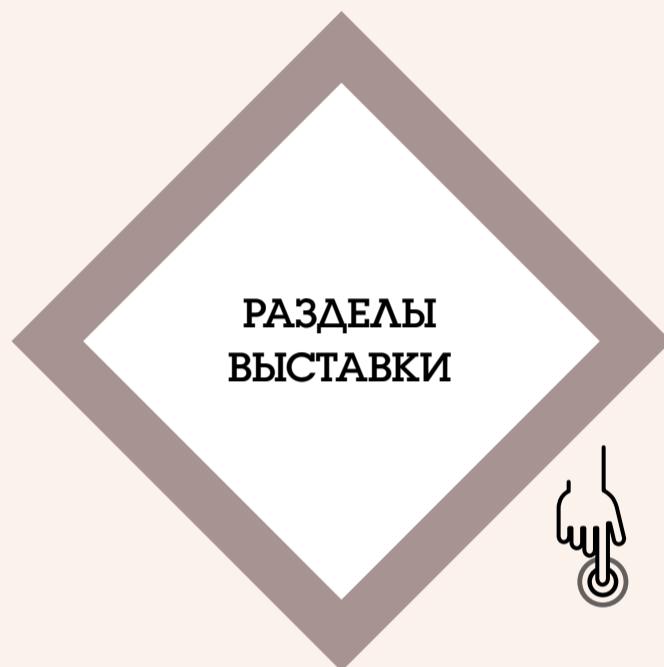
Место проведения: ЦВК

«Экспоцентр»

**Профиль: текстиль, мода,
одежда, аксессуары**

«Мода начинается с детства. Детство начинается с моды!» — под таким девизом дважды в год в московском «Экспоцентре» проводится международная выставка детской и юношеской моды, а также одежды для будущих мам. В выставке принимают участие профессионалы индустрии детской моды разных стран, укрепляя сложив-

шихся деловые контакты и приобретая новых партнеров. Участникам и посетителям XII Международной выставки детской и юношеской моды предлагается насыщенная программа, способствующая развитию взаимовыгодных деловых контактов. Кроме того, предусмотрены презентации новой продукции и модные дефиле.





**ОХОТА И РЫБОЛОВСТВО
НА РУСИ**
www.hunting-expo.ru



26.02 – 2.03

Место проведения: ВВЦ,

павильоны 69 и 75

**Профиль: спортивный
инвентарь, активный
отдых, туризм**

Русская выставочная компания «Экодизайн» под патронажем Торгово-промышленной палаты РФ, при поддержке Администрации президента РФ и правительства Москвы проводит 35-ю Международную выставку, посвященную охоте и рыболовству. Ожидается, что в выставке примут участие более 700 компаний из раз-

**РАЗДЕЛЫ
ВЫСТАВКИ**



ных стран, специализирующихся на товарах и услугах в области охотничьего и рыболовного снаряжения и аксессуаров, оружия, специального оборудования, технических и транспортных средств, рыболовного и охотничьего туризма, активного отдыха, тематической литературы, сувенирной продукции и даров природы.





ИНТЕРЛАКОКРАСКА
www.interlak-expo.ru



11.03 – 13.03

Место проведения: ЦВК

«Экспоцентр»

**Профиль: химическая
промышленность**

18-я Международная специализированная выставка «Интерлакокраска» проводится при содействии и поддержке Министерства промышленности и торговли Российской Федерации, Российского химического общества им. Д. И. Менделеева, под патронатом Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, правительства Москвы и Российского союза хими-

**ТЕМАТИКА
ВЫСТАВКИ**



ков. В выставке неизменно принимают ведущие западные производители лакокрасочной продукции, заинтересованные в российском рынке сбыта. В рамках «Интерлакокраски-2014» пройдет также 8-й Международный салон «Обработка поверхности. Защищена от коррозии» и 3-й Международный салон «Покрытия со специальными свойствами».





МОСКОВСКОЕ БОУТ-ШОУ
www.mosboatshow.ru



11.03 – 16.03

**Место проведения: МВЦ
«Крокус-Экспо»**

**Профиль: катера и яхты,
туризм, активный отдых**

Международная выставка катеров и яхт «Московское боут-шоу» объединит в обширном экспозиционном пространстве более 350 участников, среди которых ведущие производители моторных и парусных судов для морских и речных круизов, а также производители аксессуаров и спортивного инвентаря для активного отдыха на воде. Посетители выставки увидят

**РАЗДЕЛЫ
ВЫСТАВКИ**



свыше 500 моделей кораблей и лодок для отдыха, а также аксессуары и комплектующие для яхт, моторы, причалы, «плавучие дома», оборудование для дайвинга, автодома, вертолеты и многое другое. Российский яхтенный рынок быстро развивается, открывая широкие возможности перед западными специалистами данной индустрии. ■



Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
на facebook.com



ДЕЛОВАЯ МОСКВА

ЕСТЬ ЧТО ПОКАЗАТЬ

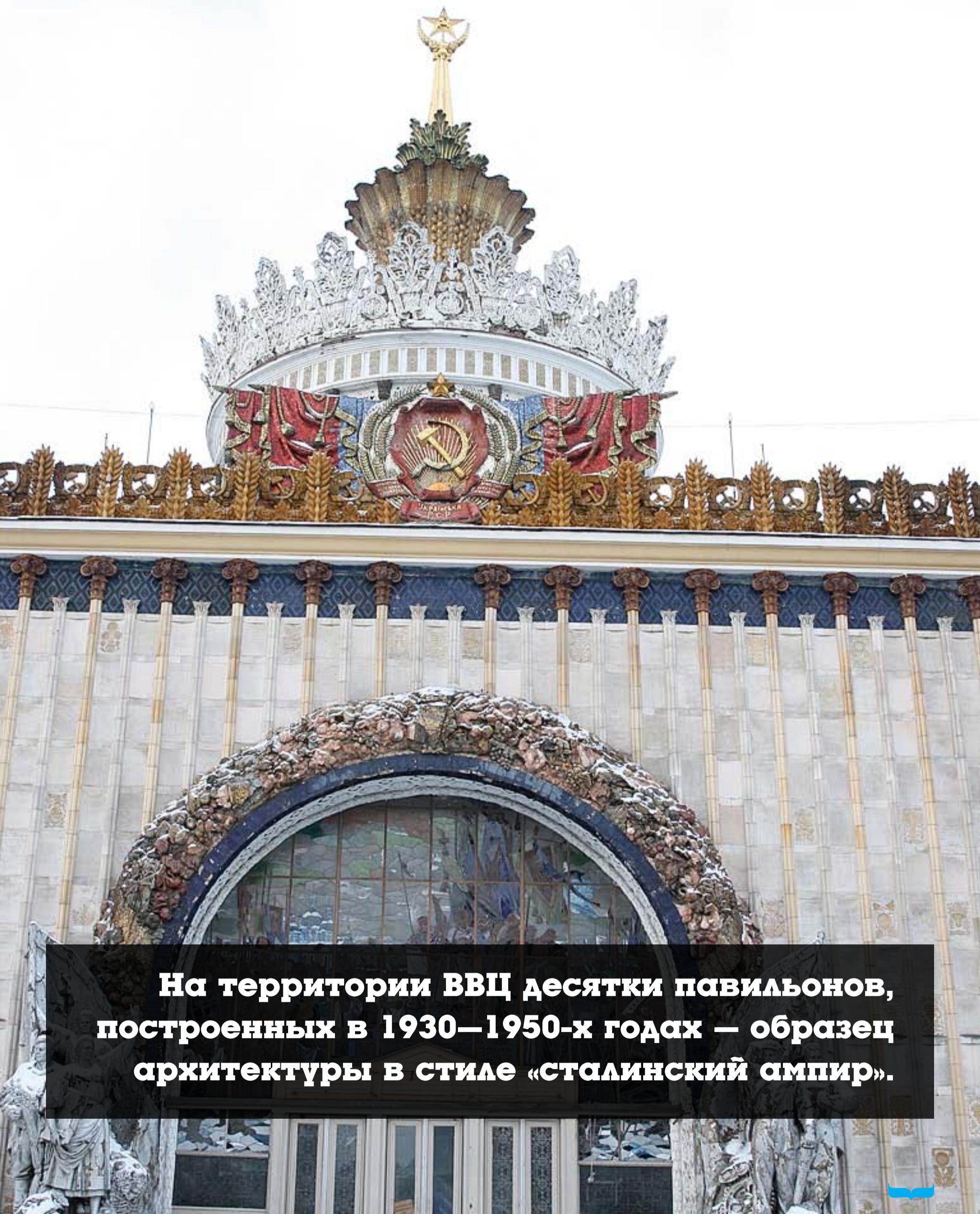
**Всероссийский
выставочный центр:
современный бизнес
на фоне памятников
советской эпохи**



ФОТО: ЕВГЕНИЙ ДУДИН



ВВЦ – это бывшая ВДНХ, Выставка достижений народного хозяйства, главная экспозиционная площадка СССР, открытая в 1939 году.



На территории ВВЦ десятки павильонов, построенных в 1930–1950-х годах — образец архитектуры в стиле «сталинский ампир».



Роскошные фонтаны в том же сталинском стиле – величественные памятники ушедшей эпохи.



Но внутри многочисленных выставочных павильонов — самая современная инфраструктура, элегантный дизайн, легкие конструкции, пластик, стекло и энергосберегающее освещение.

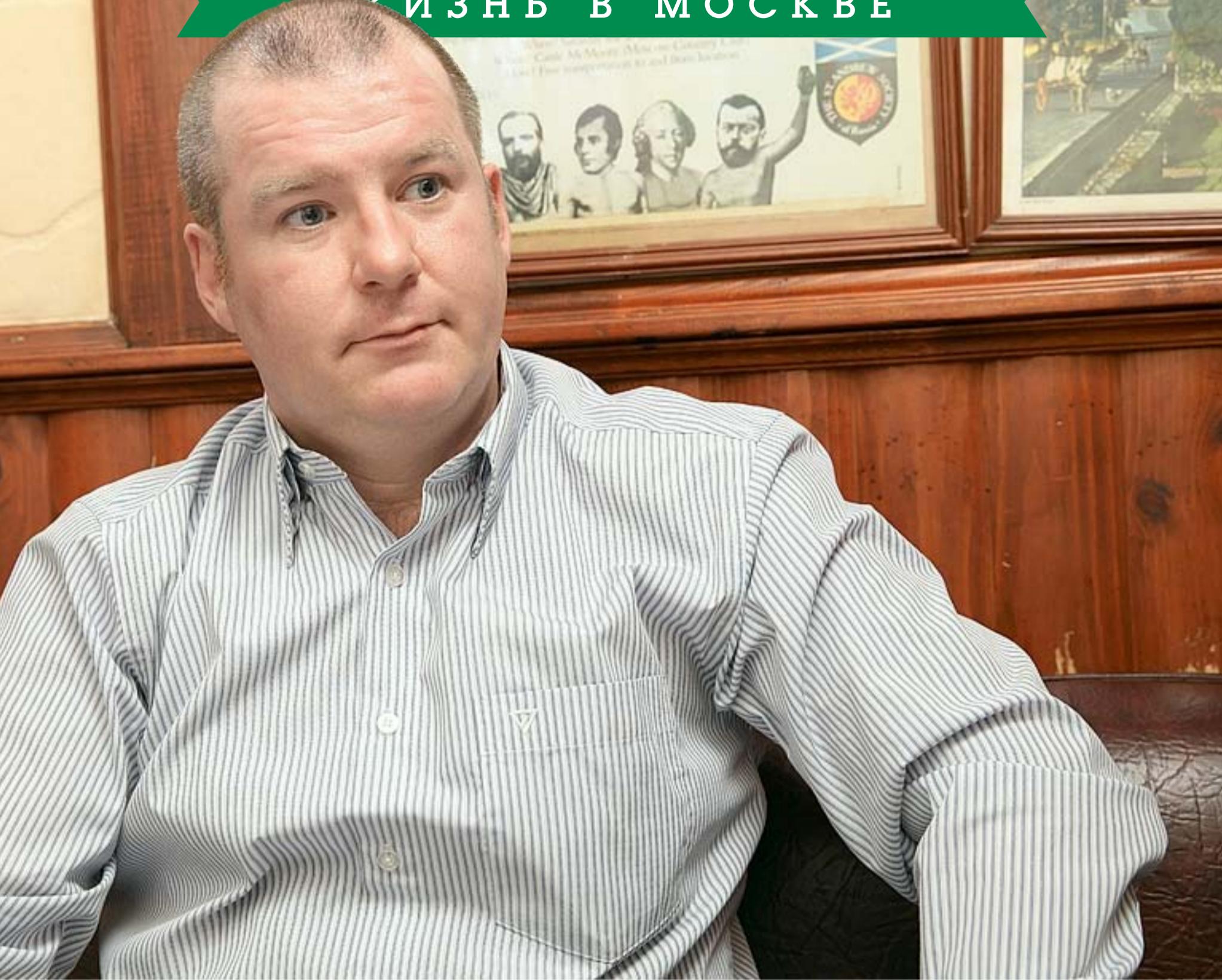


На ВВЦ свою продукцию демонстрируют лидеры высокотехнологичных отраслей, и экспозиция постоянно обновляется.



Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
на facebook.com





Вид на жительство

*Приехав в Москву, ирландец **Хью Макинани** создал здесь не только счастливую семью, но и успешный бизнес*

ТЕКСТ: ЕКАТЕРИНА КОЛОСОВА | ФОТО: ЕВГЕНИЙ ДУДИН



*Выпускник Кембриджа, дипломированный специалист по английскому языку **Хью Макинани** родился в Ирландии, жил в Нью-Йорке, Японии и Австралии. А в 2007-м переехал в Москву. Проработав пару лет педагогом, открыл преподавательский бизнес и основал компанию *Be Your Best*. Теперь он развивает еще одно направление: организует путешествия в Ирландию.*

— Почему вы поселились в Москве?

Из-за любви. В 2005 году на отдыхе я встретил свою будущую жену. Я у нее спросил: «Хорошо проводите время?». А она ответила: «Извините, я не говорю по-английски». Я зачалил в Москву, «Аэрофлот» просто обожал меня — я летал туда-сюда, туда-сюда. А в 2007-м я переехал сюда окончательно.

— До встречи с будущей женой имели опыт общения с русскими?

— Никакого! Единственный русский, о котором я слышал, был Иван Драго из фильма «Рокки». Ну и некоторые руководители страны: Ельцин, Брежнев.

— И что вы думаете о русских теперь?

— Русские похожи на ирландцев. Когда узнаешь их поближе, они оказываются очень дружелюбными и готовы сделать для вас все, что в их силах. У меня теперь множество русских друзей, и русская семья — теща и тесть. Они не говорят по-английски, но я стараюсь как можно больше говорить по-русски.

— Берете уроки русского языка?



www.beyourbest.ru



Единственный русский, о котором я слышал, был Иван Драго из фильма «Рокки».

— Нет, учусь на практике. Мне нравится русский язык, он такой плавный. Вначале русские казались мне мрачноватыми. Но теперь я знаю русскую пословицу о том, что смех без причины — признак дурачины. Когда я возвращаюсь в Ир-

ландию, я вижу, что там уровень оптимизма выше, чем в России. Но русские — оптимисты внутри. Ирландцы более открыты при первой встрече. Для того чтобы сблизиться с русским, требуется больше времени. Но в конечном счете мы очень похожи.



— А как вам московский климат?

— Я привык к московской погоде. Когда отправлялся сюда, на дворе был октябрь, и в Ирландии мне все говорили: «Ты едешь в самую холодную страну в мире!». Когда в Ирландии идет снег, закрываются школы, больницы, прекращается дорожное движение. От мороза лопаются трубы, всюду хлещет вода, люди паникуют. А московская инфраструктура настолько приспособлена к холодам, что никакие морозы не страшны.

— Почему вы решили открыть в Москве собственный бизнес?

— У меня уже был бизнес в Ирландии. Мне нравится независимость, мне нравится работать по собственному расписанию. Конечно, в бизнесе бывают подъемы и спады, есть определенные риски, но в большинстве случаев игра стоит свеч. До марта 2009 года я работал с разными учебными центрами, в разных местах, по разным контрактам. Бывало, что с утра приходилось ехать

на север Москвы, в обед — на юг. Не слишком удобно. Теперь я сам определяю свой рабочий график.

— И какова продолжительность вашего рабочего дня?

— С утра до вечера. Порой до полуночи.

— Как ваша жена отреагировала на то, что вы решили открыть свой бизнес?

— Она подумала, что я сошел с ума. «Ты должен работать на кого-то другого! У тебя не будет никакого стабильного дохода!», — говорила она. Я ее успокаивал: «У меня большой опыт, не переживай, все получится. И доходы будут выше». Я был уверен в своих силах. Единственная сложность — бумажная волокита. Но мне помогают и жена, и клиенты — все, кто в этом разбираются. Не секрет, что уровень бюрократии в России очень высок. В Ирландии я бы мог открыть компанию за два дня прямо в онлайне, а в Москве нужна куча бумажных документов. Хочется

Московская инфраструктура настолько приспособлена к холодам, что никакие морозы не страшны.





**Многие иностранцы приезжают в Москву
на полгода или год, а через пятнадцать лет
смотришь — они все еще здесь.**

спросить у чиновников: «На дворе 2013 год! Вы слышали про Интернет?».

— Как сейчас идет бизнес?

— Хорошо. Просто замечательно. Я доволен тем, как все развивается. Теперь я меньше преподаю и больше выполняю менеджерские функции. У меня восемь сотрудников, работающих по контракту. Также я организую поездки в Ирландию. Русские, изучающие английский язык, часто просят: «Давай отправимся в Лондон!» — или еще куда-нибудь в Англию. Но я рекомендую ехать в Ирландию. Каждый год к нам приезжают ирландские студенты, изучающие русский язык в Дублине. Я помогаю им с работой. Одни занимаются преподаванием, другие идут в журналисты или в бизнес.

— У вас есть офис? Где вы преподаете?

— Моя школа — виртуальная. Если понадобится офис, я смогу его организовать через знакомых. Я встре-

чаюсь с людьми в их офисах, у них дома. Раньше давал уроки у себя дома, но теперь этого избегаю — не хочу смешивать профессиональную и личную жизнь. Иногда провожу уроки в кафе. Все зависит от клиента.

— В каких еще российских городах побывали? Какой город для вас самый любимый?

— В Санкт-Петербурге, Самаре, в городе Ливны Орловской области — это родной город моей жены. Когда мои родители приехали сюда в 2009 году на мою свадьбу, мы отправились на автомобиле из Москвы в Ливны. Это около 460 километров. Только представьте: в Ирландии от самого дальнего севера до самого дальнего юга расстояние примерно такое же! И моя мама постоянно спрашивала: «Где это место? Оно вообще существует? Куда ты нас везешь?». Конечно, если Ирландия — ноготь на моем пальце, то Россия — целая ладонь. Москва производит большое впечатление, но иностранцам также нужно видеть и то, что

В Ирландии я бы мог открыть компанию за два дня прямо в онлайне, а в Москве нужна куча бумажных документов.



находится за пределами российской столицы. Когда мы, полтора десятка ирландцев, приехали в Ливны, это походило на вторжение инопланетян. Москва же давно привыкла к иностранцам. И, конечно, Москва — мой любимый российский город, ведь я здесь живу. Хотя Санкт-Петербург очень красив.

— Собираетесь оставаться в Москве навсегда?

ся. Людям там трудно. В Ирландии я бы не смог зарабатывать столько, сколько зарабатываю в Москве.

— А как вам московские пробки? Автомобиль у вас здесь есть?

— Автомобиль есть, и он, наверное, самый чистый в городе, потому что я им практически не пользуюсь. Метро мне больше подходит. Знаете, люди жалуются, что там слишком много людей и прочее, и прочее, но

Многие москвичи думают, что если у тебя нет машины, значит, ты беден. Полный абсурд.

— Ко мне часто обращаются с этим вопросом. И в Москве, и в Ирландии. У меня есть временный вид на жительство, скоро будет и постоянный. В душе я всегда останусь ирландцем, моим родным домом всегда будет Ирландия, но я в Москве уже седьмой год. Не знаю. Поживем —увидим. Многие иностранцы приезжают в Москву на полгода или год, а через пятнадцать лет смотришь — они все еще здесь. В Ирландии сейчас неважная экономическая ситуация, и у меня нет желания туда возвращаться.

мне нравится метро, хотя бы потому что оно быстрее. А еще я заметил, что многие москвичи думают, что если у тебя нет машины, значит, ты беден. Полный абсурд.

— А красоту московского метро оценили?

— Честно говоря, я редко смотрю по сторонам. Туристы, приезжающие сюда, потом присылают мне московские фотографии, в том числе сделанные в метро, и вот тогда я замечаю красоту столичной подземки.





— У вас есть любимое место в Москве?

— Мое любимое место — дома с женой. Еще мне нравится ирландский паб «Сильверс» на Тверской. Впрочем, я не зацикливаюсь на определенных местах. Пара баров, ресторанов.

— Какой ваш любимый московский ресторан?

— Мне нравится индийский «Дарбар» на крыше отеля «Спутник» на Ленинской проспекте. Прекрасный вид на город! Это рядом с домом — мы живем на Мичуринском проспекте, рядом с университетом. Когда готовит моя жена, это очень вкусно, а когда она не готовит, мы идем ужинать в ресторан. Из меня хороший едок, но плохой повар. ■



Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
на facebook.com



BIGMOSCOW

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

Издаётся
**Департаментом 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

Директор по развитию Артём Бринь

Адрес редакции

140180, Россия, Московская область, город Жуковский,

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

Телефон (495) 741-15-37

www.bigrussia.org

magazine@bigrussia.org

Ссылка в App Store
на английскую и немецкую версии

