

# БИЗНЕС ДНЕВНИК

п е т е р б у р г с к о е   д е л о в о е   о б о з р е н и е

НОЯБРЬ 2019 | № 52 |

РОМАН ПИМЕНОВ

16<sup>+</sup>

ЧЕМ ФОРУМ  
ИНТЕРЕСЕН  
ГОРОДУ?

|→| стр. 4

КАК ДЕЛАТЬ  
ДЕНЬГИ  
ИЗ КАРТОНА?

|→| стр. 16

КТО ОПЬЯНЯЕТ  
ТАЛАНТОМ  
НЕ ТОЛЬКО  
СО СЦЕНЫ?

|→| стр. 32

## НА ЧЬИХ НОГАХ СТОИТ КУЛЬТУРА?

О ФАНДРАЙЗИНГЕ  
И ДРУГИХ СПОСОБАХ ПОДДЕРЖКИ

|→| стр. 8





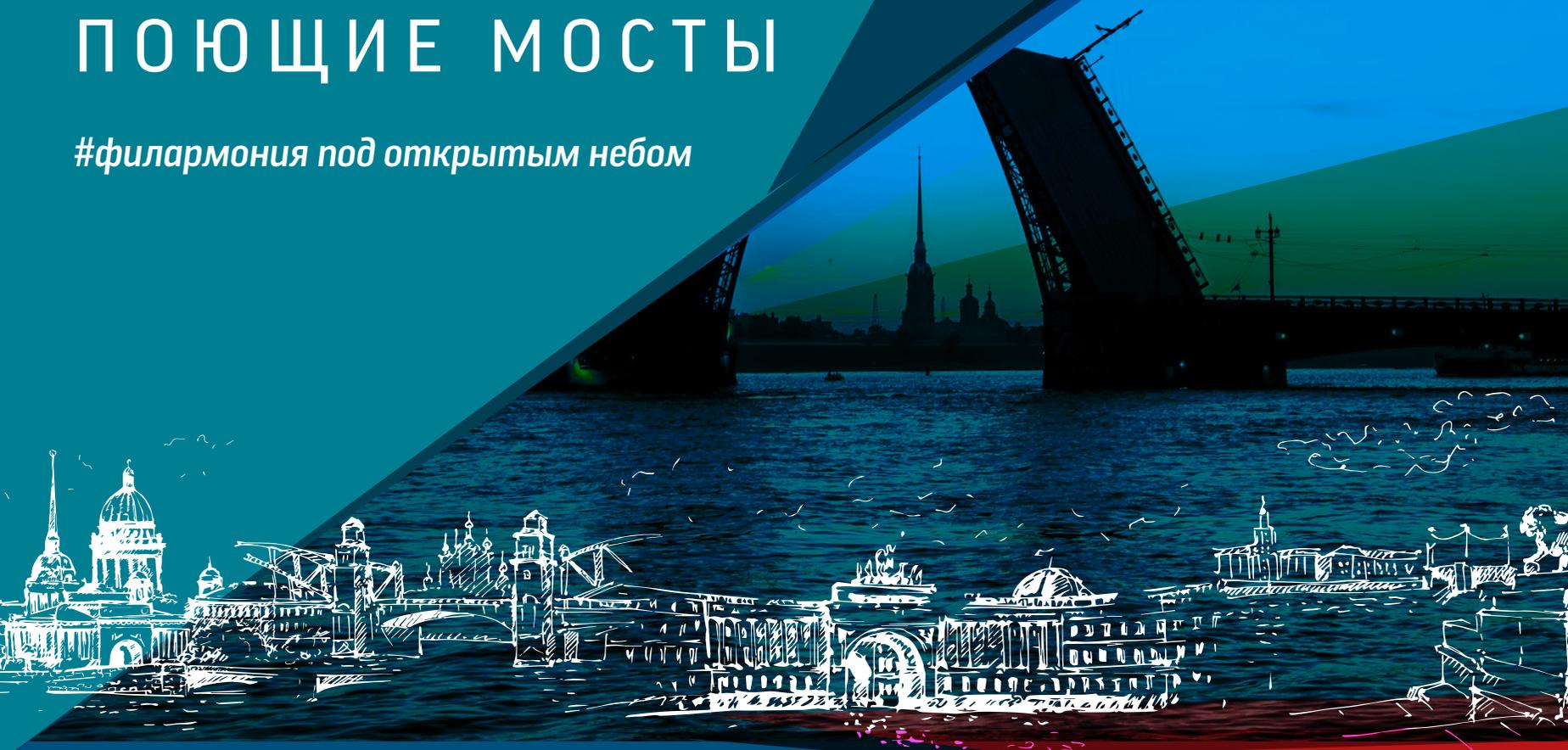
**ПЕТРОЦЕНТР**

Информационно-издательский центр  
Правительства Санкт-Петербурга



# ПОЮЩИЕ МОСТЫ

*#филармония под открытым небом*



## УВАЖАЕМЫЕ ГОСПОДА!

*Приглашаем вашу компанию стать ключевым партнером пятого юбилейного сезона звукового шоу «Поющие мосты – 2020».*

*Мы уверены: поддержка такого красивого, масштабного и резонансного проекта вызовет благодарность у миллионов жителей и гостей Санкт-Петербурга, повысит узнаваемость и лояльность к вашему бренду на международном уровне.*

+7 (812) 346-46-92

## СОДЕРЖАНИЕ:

ФОРУМ	<b>КУЛЬТУРНЫЙ БУМ В КУЛЬТУРНОЙ СТОЛИЦЕ</b> С 14 по 16 ноября VIII Санкт-Петербургский международный культурный форум вновь соберет в Северной столице деятелей культуры из разных стран.	4
ФИНАНСЫ	<b>ИСКУССТВО ПРОСИТЬ НА ИСКУССТВО</b> О способах финансирования культурных проектов в целом и петербургском опыте в частности.	8
БИЗНЕС	<b>ЭТИЧЕСКИЙ КОД БИЗНЕСА</b> Среди множества характеристик, которые, по мнению предпринимателей, необходимы для ведения собственного дела в России, это понятие вовсе не на первом месте...	10
ВЛАСТЬ	<b>ДИАЛОГ РАДИ ДЕНЕГ</b> Сложившаяся в Петербурге культура предпринимательства подразумевает постоянный диалог с властью.	13
СОБЫТИЕ	<b>НАСТАЛО ВРЕМЯ «Ч2Ч»</b> О последних трендах в культуре ведения бизнеса с форума «Бизнес драйв».	15
СТАРТАПЫ	<b>ДЕНЬГИ ИЗ КАРТОНА   КАК ПО МАСЛУ</b> О том, как молодые навязывают старому рынку новые правила, — в материалах корреспондента «БД».	16
ИНДУСТРИЯ	<b>МОДНАЯ ТЕМА</b> Мода в Петербурге — это только часть городской культуры или уже отдельная индустрия?	18
БИЗНЕС	<b>ЭКСКУРС В ЭКСКУРСИИ</b> Во что сегодня превратились школьные походы и экскурсии советского времени?	21
ЭПОХА	<b>ИСТОРИЯ СО СМЫСЛОМ</b> Категория культуры имеет бесконечное количество определений и толкований. Давайте поговорим о культуре предпринимательства по-петербургски...	24
РЕЙТИНГИ	<b>ПОД СОУСОМ ПРЕМИЙ</b> На примере ресторанного бизнеса посмотрим, что дают различные премии, гиды и рейтинги тем, кого «сосчитали».	26
БИЗНЕС	<b>СОЗВЕЗДИЕ ПЕТЕРБУРГСКОГО ОБЩЕПИТА</b> Почему звезд шоу-бизнеса тянет в рестораны?	30
ВИНОДЕЛИЕ	<b>ТАЛАНТ — В ЗЕМЛЮ!</b> Как опьянять своим мастерством не только со сцены.	32
СОЦИУМ	<b>ПОМОЖЕМ НАШИМ СТАРИКАМ!</b> Давайте вместе с фондом «Жить долго и счастливо» поддержать пожилых людей.	34

## афиша событий

7–8.11

**БАРКЕМП «НАЦИОНАЛЬНАЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ РЕВОЛЮЦИЯ 20.35»**

Образовательная бизнес-конференция для обсуждения стратегического развития России и Санкт-Петербурга в сфере технологий и инноваций. Основными темами в 2019 году станут новая модель экспорта и поддержка экспортных инициатив технологического и образовательного обмена. В мероприятии примут участие институты развития и фонды, финансирующие экспортные проекты, из более чем 20 стран мира.

➔ ТОЧКА КИПЕНИЯ. ПР. МЕДИКОВ, 3

12.11

**ФОРУМ ПО ИНВЕСТИЦИОННОМУ И ТОРГОВОМУ СОТРУДНИЧЕСТВУ В СФЕРАХ НАУКИ И ФИНАНСОВ УХАНЬ — САНКТ-ПЕТЕРБУРГ**

Специальный гость форума — Жэн Цзянь, вице-президент муниципального комитета по развитию международной торговли. Со стороны делегации из Китая в мероприятии примут участие 10 человек: представители органов исполнительной власти, банковского сектора, сферы туризма, логистики и строительного сектора. На форуме можно будет узнать, как стать партнером ведущих предприятий из провинции Ухань.

➔ ЦРПП. ПОЛЮСТРОВСКИЙ ПР., 61А

13–15.11

**XXIII МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ «РОССИЙСКИЙ ПРОМЫШЛЕННИК» И XII ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИННОВАЦИОННЫЙ ФОРУМ**

Ежегодное конгрессно-выставочное мероприятие, посвященное технологиям и инновациям, которое традиционно проводит правительство Санкт-Петербурга. Мероприятие объединяет несколько крупнейших отраслевых событий: Международный форум «Российский промышленник», Петербургский международный инновационный форум и выставку-конгресс «Защита от коррозии». Форум работающей молодежи. Цель проведения Дней промышленности и инноваций — создание многофункциональной площадки для развития промышленной отрасли.

18.11

**ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ**

Форум Минстроя РФ, в рамках которого профильные российские и международные специалисты обсудят опыт внедрения BIM-технологий, преимущества использования их на всех стадиях жизненного цикла, влияние на снижение затрат при строительстве и эксплуатации, сокращение сроков работ и повышение эффективности труда.

➔ ЭКСПОФОРУМ. ПЕТЕРБУРГСКОЕ ШОССЕ, 64/1

21.11

**КРУГЛЫЙ СТОЛ «ПРОВЕРКИ ТРУДОВОЙ ИНСПЕКЦИИ В 2020 ГОДУ. КАК РУКОВОДИТЕЛЯМ ЗАЩИТИТЬ СВОИ ПРАВА»**

Семинар будет полезен всем руководителям, предпринимателям и собственникам бизнеса, ведущим деятельность на территории Российской Федерации.

➔ ЦРПП. ПОЛЮСТРОВСКИЙ ПР., 61А



# КУЛЬТУРНЫЙ БУМ В КУЛЬТУРНОЙ СТОЛИЦЕ



 \_МАРИНА АЛЕКСЕЕВА /  \_СВЕТЛАНА ХОЛЯВЧУК, РОМАН ПИМЕНОВ



**С 14 ПО 16 НОЯБРЯ НА VIII САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОМ МЕЖДУНАРОДНОМ КУЛЬТУРНОМ ФОРУМЕ РАЗГОВОР ПОЙДЕТ О САМОМ ИСКУССТВЕ, О КУЛЬТУРЕ ЕГО ПРОДВИЖЕНИЯ И ФОРМАХ ПОДДЕРЖКИ В СОВРЕМЕННОМ СОЦИУМЕ.**



**ФОРУМ** называют главным культурным событием года. Его с нетерпением ждут как профессионалы, так и любители театральных и кинопремьер, выставок и концертов. Но так было не всегда.

Первый Культурный форум состоялся в нашем городе в 2002 году. И, как рассказывает министр культуры РФ **ВЛАДИМИР МЕДИНСКИЙ**, возник он из скромной встречи в Михайловском театре, в которой приняли участие не больше сотни человек. По словам министра, за прошедшее с тех пор время форум «превратился из небольшой конференции, длившейся буквально два часа, в грандиозное многодневное событие».

Организаторами форума выступают Правительство РФ, Министерство культуры РФ и Правительство Санкт-Петербурга. Деньги на проведение мероприятия выделяются на паритетной основе из городского и федерального бюджетов. К этим средствам добавляется финансирование из внебюджетных источников.

«Мы понимаем, что официально за форум отвечает Министерство культуры. Но вся организация – прежде всего наша задача», – подчеркнул губернатор Санкт-Петербурга **АЛЕКСАНДР БЕГЛОВ**.

В этом году на форуме запланирована еще более масштабная программа, чем в 2018-м, когда на 163 площадках было проведено 415 событий.

«Это замечательно, что за восемь лет наша повестка так расширилась, а состав участников стал практически постоянным... Мне очень приятно, что форум стал точкой притяжения для культуры всего мира», – отметила на совещании, посвященном подготовке к нынешнему форуму, заместитель председателя Правительства РФ **ОЛЬГА ГОЛОДЕЦ**.

Подтверждают все сказанное и цифры. Только на прошлогоднем форуме было зарегистрировано 35 тысяч участников, представляющих более 100 стран мира. В этом году, по предварительным подсчетам организаторов, число экспертов, общественных и политических деятелей, видных представителей культуры и искусства, звезд театра и кино будет еще больше.

В числе знаковых персон – **МИХАИЛ ПИОТРОВСКИЙ**, **БОРИС ЭЙФМАН**, **НИКОЛАЙ ЦИСКАРИДЗЕ**, **МИХАИЛ ГУСМАН**, **СЕРГЕЙ СТЕПАШИН**, **ЮРИЙ НОРШТЕЙН**, **ВЛАДИМИР МОЛЧАНОВ**, **ЮРИЙ БАШМЕТ**, **ВЯЧЕСЛАВ ПОЛУНИН**, **ВАЛЕРИЙ ФОКИН**, **МИХАИЛ ШВЫДКОЙ** и многие-многие другие. Режиссером-постановщиком церемонии гала-открытия форума, которая пройдет 15 ноября на Новой сцене Мариинского театра, выступит заслуженный мастер спорта России **ИЛЬЯ АВЕРБУХ**.

По традиции мероприятия форума состоятся на самых значимых и престижных площадках Петербурга. Как и в прошлом году, основной станет Главный штаб Государственного Эрмитажа. Профессиональные и деловые дискуссии пройдут в Российском этнографическом музее. Важной точкой притяжения будет и Центральный выставочный зал «Манеж».



▶▶▶ ОКОНЧАНИЕ. НАЧАЛО НА СТР. 4

## Культура как форма диалога

Нынешний год проходит в нашей стране под эгидой театра. «И поэтому театральная тематика будет отражена во всех секциях и треках – несмотря на то, что каждая секция посвящена своей сфере искусства и культуры», – уточнил заместитель министра культуры РФ Павел Степанов.

Общей для всего форума станет тема «КУЛЬТУРНЫЕ КОДЫ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ». И это вполне объяснимо. Интернациональный состав участников, представляющих самые разные страны и культуры, заставляет еще пристальнее вглядываться в национальные особенности каждого. А когда это лучше всего сделать, как не на петербургском форуме, где встречаются мировые культуры и обсуждаются самые важные вопросы современного культурного процесса?

«Изучение новых культурных кодов современного общества – общества, где границы условны, а коммуникации универсальны, – даст ключ к пониманию того, какое будущее нас ждет», – отметил Павел Степанов.

Основная программа форума будет развиваться параллельно в двух потоках, Профессиональном и Общественном, и по трем направлениям: Деловая и Фестивальная программы, Общественный поток.

Профессиональный поток включает в себя деловые встречи, на которых специалисты из сферы культуры обменяются опытом и наладят взаимовыгодную коммуникацию.

Страной-гостем этого года заявлен Китай. Его представители примут участие в дискуссиях, а также дадут концерт «От берегов Сунгари до берегов Невы» в Главном штабе Эрмитажа и покажут в ТЮЗе имени А.А. Брянцева спектакль Китайского государственного драматического театра «Принц Ланьлина», основанный на легенде о великом генерале эпохи Северной династии Ци. Постановка примечательна тем, что драматическое повествование включает не только техники традиционного китайского театра, такие как опера Нуо, но и элементы современного искусства.

Финансирование Санкт-Петербургского международного культурного форума

2016:  
**30** млн (СПб)

+ **30** млн  
(Минкультуры РФ)

2017:  
**80** млн (СПб)

+ **80** млн  
(Минкультуры РФ)

2018:  
**80** млн (СПб)

+ **80** млн  
(Минкультуры РФ)

2019:  
**88,2** млн (СПб)

+ **88,2** млн  
(Минкультуры РФ)



*Общественный поток и Фестивальная программа восьмого форума предложат петербуржцам и гостям города лекции, конференции, мастер-классы от выдающихся деятелей культуры мирового уровня, а также спектакли, концерты, выставки и еще многое другое.*

## ГОРОДСКАЯ АФИША ФОРУМА

▶ Ключевым событием станет завершение на полях форума масштабного международного фестиваля – 25-й Театральной олимпиады.

▶ Под эгидой форума пройдет серия мероприятий **Jazz Across Borders**, на которых встретятся представители российского и мирового джаза. В пространстве Freedom даст мастер-класс легендарный трубач **Тиль Бреннер**.

▶ В рамках мирового тура (**Crazy World Tour**) выступит группа **Scorpions**.

▶ Во многих театрах, музеях и особняках города пройдут специальные акции и выставки, состоятся дни открытых дверей. Так, участников и гостей форума примет Академия русского балета имени А.А. Вагановой, Консерватория имени Н.А. Римского-Корсакова, Академический

институт живописи, скульптуры и архитектуры имени И.Е. Репина.

▶ В Институте кино и телевидения откроется фестиваль студенческих фильмов «**Питер-КиТ**».

▶ Около **40 городских музеев**, в числе которых Эрмитаж, Русский музей, Музей истории Петербурга (Петропавловская крепость), Исаакиев-



## Как поднять акции искусства

Насыщенной обещает быть и деловая программа форума. Она охватывает **14 секций**, каждая из которых посвящена одной из областей культурной деятельности, а также три тематических трека и официальные мероприятия. Участие в них примут известные деятели



искусств и представители российского и международного бизнес-сообщества, которые будут искать точки соприкосновения. В общей сложности трехдневная программа работы юбилейной – пятой по счету – Деловой площадки объединит более **20 мероприятий**.

Одной из главных тем для обсуждения станет стратегия фандрайзинга. Эксперты поговорят о том, как привлекать средства из разных источников и что нужно сделать для того, чтобы культурный проект стал коммерчески привлекательным. Также они обсудят эффективные механизмы привлечения инвестиций, тенденции и перспективы развития искусственного интеллекта в современном искусстве и по-discussируют на тему баланса коммерциализации и творчества.

По предварительным оценкам, участники VIII Санкт-Петербургского международного культурного форума заключат на Деловой площадке более **40 соглашений**, направленных на развитие и укрепление международного и межрегионального сотрудничества в культуре и искусстве.

Например, состоится подписание соглашений, связанных с реализацией международного культурного проекта **«РУССКИЕ СЕЗОНЫ»** Министерства культуры РФ. В 2020 году проект примут Франция, Бельгия и Люксембург. Комитет по культуре Санкт-Петербурга, Министерство культуры РФ и Департамент культуры города Москвы подпишут Дорожную карту проекта «Русские сезоны» на 2020 год. А Россотрудничество подпишет документ о партнерстве с Государственным музеем-заповедником «Петергоф».

Государственный Русский музей заключит соглашения о сотрудничестве с Приморской государственной картинной галереей, с Министерством культуры, печати и по делам национальностей Республики Марий Эл, с Центральной городской публичной библиотекой имени В.В. Маяковского и с Академическим Малым драматическим театром – Театром Европы. Правительство Санкт-Петербурга и ООО «Культурная столица» договорятся о взаимодействии в рамках инициативы **BEST.PETERSBURG** – первого проекта в области культуры и туризма, объединяющего городские власти и предпринимателей.

Кроме того, состоится церемония вручения премии Всероссийской акции **«МЕЦЕНАТ ГОДА»**. Основная цель акции, проводимой в шестой раз, – возрождение и развитие традиций меценатства, активизация благотворительной и меценатской деятельности предприятий, учреждений, организаций и граждан в поддержку культуры.

В этом году вместо десяти номинаций будет три. Организаторы наградят трех лучших меценатов России в номинациях **«МЕЦЕНАТ ГОДА»**, **«ПРОРЫВ ГОДА»** и **«ОСОБЫЙ ВКЛАД В РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОЙ КУЛЬТУРЫ»**. Уже поступило 42 заявки из 25 регионов более чем на 800 млн руб. Также пройдет церемония вручения Премии имени А.В. Луначарского.

ский собор и другие, можно будет посетить бесплатно.

▶ В Исаакиевском соборе **Концертный хор Санкт-Петербурга** Владимира Беглецова исполнит сочинения Бриттена, Тавенера, Свиридова и Шнитке.

▶ В дополнение к дискуссиям Открытый лекторий проведет необычный **мастер-класс «Сочиняем музыку вместе»**.

Его гости больше узнают о современных технологиях и даже выступают в роли композиторов.

▶ Участники Общественного потока смогут увидеть пять выставок, крупнейшая из которых, **«Дейнека/Самохвалов»**, будет работать в ЦВЗ «Манеж».

▶ Бесспорный интерес в программе Открытого лекто-

рия **«Культура 2.0»** вызывает спектакль Академии кинематографического и театрального искусства Никиты Михалкова **«Метаморфозы 2 – Желны артистов»**, поставленный в необычном формате открытой репетиции.

▶ В театре-фестивале **«Балтийский дом»** дадут премьеру спектакля **«Посвящение Нижинскому»** в исполнении Балета Монте-Карло.

Информация о бюджете Комитета по культуре Санкт-Петербурга

2016:

**13,2**  
млрд руб.

2017:

**14,7**  
млрд руб.

2018:

**15,5**  
млрд руб.

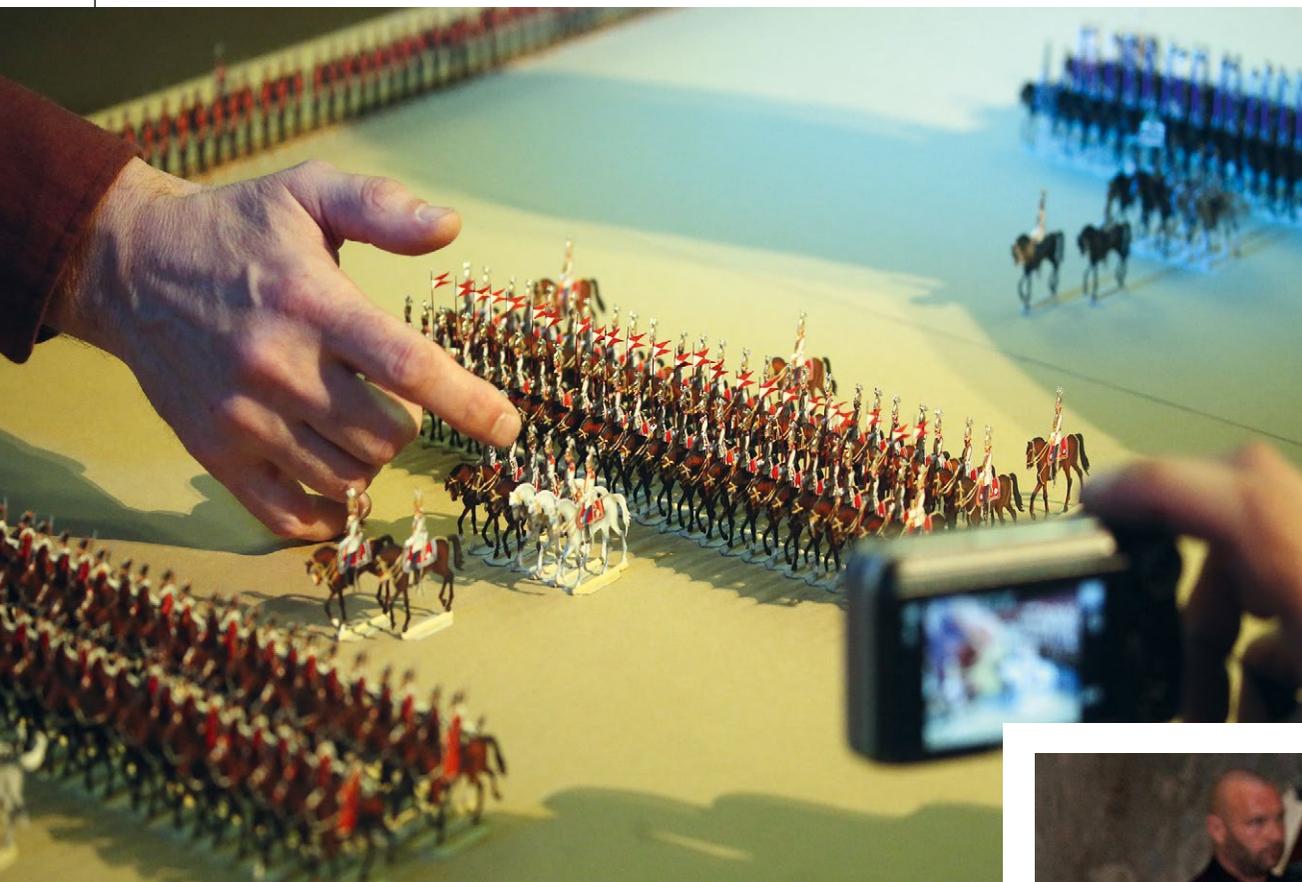
2019:

**17,6**  
млрд руб.

В ЭТОМ ГОДУ ГЛАВНОЙ ТЕМОЙ ДЛЯ ДИСКУССИИ НА ДЕЛОВОЙ ПЛОЩАДКЕ КУЛЬТУРНОГО ФОРУМА ЗАЯВЛЕНЫ «СТРАТЕГИИ ФАНДРАЙЗИНГА КУЛЬТУРНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ И КУЛЬТУРНЫХ ПРОЕКТОВ». О СИСТЕМНОМ ПОДХОДЕ ПРИ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ ПОЛУЧАТЕЛЕЙ С ДОНОРАМИ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФАНДРАЙЗИНГА\* УЧАСТНИКИ ФОРУМА УЗНАЮТ ИЗ ПАНЕЛЬНЫХ ДИСКУССИЙ, А ЧИТАТЕЛИ «БД» – ИЗ МАТЕРИАЛА НАШЕГО КОРРЕСПОНДЕНТА.

МАРИНА ЕВГЕНЬЕВА

ДМИТРИЙ ФУФАЕВ, АРХИВ АЛЬМАНАХА «РУССКИЙ МЕЦЕНАТ», СВЕТЛАНА ХОЛЯВЧУК



региональными отделениями корпораций может сработать и дать эффект», – делится Аркадий Соснов практическим опытом.

Именно так поступили в мемориальном музее А.В. Суворова. Гендиректор, председатель комиссии по культуре Общественной палаты Петербурга **ВЛАДИМИР ГРОНСКИЙ** рассказал, как музей почти два года пытался найти мецената, который помог бы приобрести уникальную коллекцию солдатиков последнего парада Российской императорской гвардии в 1914 году на Марсовом поле. Понимание нашли у президента петербургской компании «Джи Си Девелопмент» **МУССЫ ЭКЗЕКОВА**. Именно он вернул из Германии бесценный макет, который лег в основу первого и единственного в России Музея оловянного солдата.

«Никакой личной выгоды, поверьте. Только желание, чтобы коллекция служила на пользу военной славе России. Чтобы она не оказалась в частных руках за рубежом, чтобы ее в музее Суворова могли бы увидеть как можно больше людей», – объяснил свою позицию предприниматель.

**Предложить значимый проект** Худрук петербургского театра балета **БОРИС ЭЙФМАН** признался, что без поддержки спонсоров ему едва ли удалось бы осуществить задуманные проекты. Даже при том, что основное бремя нагрузки несет на себе государство.

## ИСКУССТВО ПРОСИТЬ НА ИСКУССТВО

### Искать по соседству

Как правильно подать свой проект, чтобы заинтересовать партнеров и спонсоров? Как определить и развить потенциал культурного проекта? Мы попробовали обратиться к тем, кто знает ответы на эти и другие вопросы, касающиеся культуры взаимоотношений мира искусства с миром бизнеса.

Сегодня существуют разные модели взаимодействия культурных организаций с донорами. Это спонсорство, меценатство, краудфандинг, клубы друзей, попечительские советы и фонды.

«Практически у каждого учреждения культуры есть друзья. Хотя небольшим организациям найти их труднее, чем крупным и хорошо известным», – говорит главный редактор петербургского альманаха «Русский Меценат» **АРКАДИЙ СОСНОВ**, который вместе с гендиректором Эрмитажа Михаилом Пиотровским стал инициатором проведения ежегодного Дня Мецената в Эрмитажном театре. Он советует обращать внимание в первую очередь на те компании, которые работают в регионе. «Контакт с крупными компаниями или



«Государство, город нам очень серьезно помогают. Но и затраты в Детской академии танца очень большие. Это содержание детей, гастроли, концертная и культурологическая деятельность. Поэтому без поддержки спонсоров было бы не обойтись. Нам помогает Сбербанк. Он содействовал тому, чтобы мы создали фонд, который будет поддерживать деятельность академии», – говорит он. А на вопрос, каким образом удалось привлечь солидного партнера, отвечает: «Я думаю, что они просто понимают значимость нашего проекта и потому помогают».

На тех же позициях стоит ВТБ, который уделяет особое внимание петербургским проектам. Банк связывают многолетние партнерские отношения с Эрмитажем, Русским музеем, Мариинским театром, Центром Михаила Шемякина и др. «Банк выступает за системный подход и откликается на просьбы партнеров поддерживать те проекты, которые способствуют развитию и сохранению культурного наследия России», – заявили в ВТБ.

«Год из года мы говорим слоган «Мир без границ». Культура объединяет людей, и бизнес тоже объединяет», – уточнил заместитель руководителя департамента корпоративной сети банка ВТБ, старший вице-президент **ЮРИЙ ЛЕВЧЕНКО**.



## УЧИТЬСЯ НА ЧУЖОМ ОПЫТЕ

Вопрос привлечения спонсоров актуален не только для России.

Как заявил на прошломедне форуме директор департамента по связям с партнерами и меценатами Лувра Ян Ле Туэ, госфинансирование музея постоянно сокращается, и потому поиск инвесторов становится все более необходимым. Ле Туэ рассказал, что в Лувре не гнушаются и краудфандингом, так называемым народным финансированием, которое происходит, как правило, через интернет. Сейчас у Лувра около 60 тысяч меценатов, и каждый год музей получает

6

МЛН ЕВРО

спонсорской поддержки.

**Эшмолеанский музей археологии и искусства при Оксфорде создал свой фонд по той же причине – недостаточное госфинансирование. Как рассказал исполнительный директор Фрэнсис Уэр, часть средств музей еще получает от сборов национальной лотереи, когда прибыль от игрового сектора идет на социальную и культурную благотворительность.**



Слово «фандрайзинг» имеет английские корни (fund – средства, raising – повышение, привлечение) и переводится как приумножение имеющихся ресурсов организации. Сегодня фандрайзинг чаще всего определяют как искусство привлечения ресурсов для реализации деятельности некоммерческих учреждений, прежде всего в сфере культуры.



## Заинтересовать льготами

Вопросы партнерских отношений культуры и бизнеса обсуждаются практически на каждом форуме. В прошлом году об этом говорил министр культуры РФ **ВЛАДИМИР МЕДИНСКИЙ**. Он отметил, что сегодня частных вложений в сферу культуры не много. «Пропорция с государственными средствами совершенно не в пользу частных», – уточнил министр.

«К сожалению, роль меценатов в нашей деятельности не так велика, как хотелось бы», – признается директор театра-фестиваля «Балтийский дом» **СЕРГЕЙ ШУБ**, который много лет организует крупные международные фестивали. По его мнению, нежелание благотворителей вкладываться в культуру и искусство прежде всего объясняется несовершенством законов. Так, если на Западе меценаты освобождаются от части налогов, то в нашей стране мало что стимулирует их заниматься благотворительностью.

Вторая причина состоит в том, что у потенциальных спонсоров нет привычки вкладывать средства в театры или музеи – одним словом, в духовную культуру.

«Наш опыт показывает, что такие вложения минимальны. Мы благодарны ВТБ за поддержку. Но эти суммы достаточно условны по отношению к общему бюджету проводимых мероприятий», – говорит Сергей Шуб.

Деятели культуры отмечают, что Федеральный закон от 4 ноября 2014 г. № 327-ФЗ «О меценатской деятельности» хотя и дает определенные льготы – как благотворителям, так и получателям пожертвований – но пока недостаточно эффективен. «Эти поправки не оказали серьезного вли-

яния на деятельность благотворителей. Закон о меценатстве дает скорее моральную поддержку», – считает Аркадий Соснов.

## Делать больше, чем обещали

По мнению экспертов, вопрос привлечения потенциальных спонсоров напрямую связан с технологией благодарности, которая в наши дни приобретает все большую актуальность. Компаниям необходимо, чтобы их поддержка положительно сказывалась на имидже фирмы. И поэтому те, кто ее получает, должны продумать, чем завлечь партнера и что сделать, чтобы заинтересовать его в этом.

Так, сегодня практически все учреждения культуры печатают в своих изданиях имена спонсоров. Их включают в клубы друзей, как это сделали, например, в музее А.В. Суворова, пригласив Муссу Экзекова в состав попечительского совета. Некоторые учреждения при поддержке меценатов проводят Дни открытых дверей, когда посетители могут попасть в музей или театры бесплатно и при этом знают, кому они этим обязаны.

«Понравиться меценатам можно только одним – вспоминать о них не тогда, когда нужны деньги, а работать с ними на постоянной основе. Приглашать на свои внутренние праздники, театральные премьеры. Тогда они станут вашими друзьями. Должна быть дорога с двусторонним движением», – уверен Сергей Шуб.

А гендиректор компании Sponsor Consulting **ЕВГЕНИЯ МАЛЬЦЕВА** призывает: «Делайте для спонсоров больше, чем обещали».

**КУЛЬТУРА БИЗНЕСА** – это определенная сложившаяся совокупность принципов, приемов и методов осуществления предпринимательской деятельности в соответствии с действующими в стране (обществе) правовыми нормами, обычаями делового оборота, а также этическими и нравственными правилами.



# ЭТИЧЕСКИЙ КОД БИЗНЕСА

**КОГДА КОРРЕСПОНДЕНТ «БД» НАЧАЛ ИНТЕРЕСОВАТЬСЯ У ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ, КАКИЕ КАЧЕСТВА ХАРАКТЕРНЫ ДЛЯ СОВРЕМЕННОЙ ДЕЛОВОЙ ЖИЗНИ, ОДИН ИЗ ПЕРВЫХ РЕСПОНДЕНТОВ НЕОЖИДАННО СПРОСИЛ: «А КУЛЬТУРА БИЗНЕСА – ЭТО ЧТО?» ОКАЗЫВАЕТСЯ, СРЕДИ МНОЖЕСТВА ХАРАКТЕРИСТИК, КОТОРЫЕ, ПО МНЕНИЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ, НЕОБХОДИМЫ ДЛЯ ВЕДЕНИЯ СОБСТВЕННОГО ДЕЛА В РОССИИ, ЭТО ПОНЯТИЕ ВОВСЕ НЕ НА ПЕРВОМ МЕСТЕ...**

**УВЫ,** но в соревновании за популярность культура бизнеса явно проигрывает таким качествам, как предприимчивость, умение правильно оценить ситуацию или способность к креативу. Результат опроса оказался для нее печальным: культура бизнеса фактически заняла последнее место, поскольку упоминалась не более чем в 5% ответов. Это означает, что подавляющее большинство российских предпринимателей не сильно озабочено культурой и этикой зарабатывания денег – для них гораздо важнее конкретный финансовый результат. И показать это можно не только на итогах опроса.

## О терминах и понятиях

А правда, что такое культура предпринимательства? Может быть, она давно стала анахронизмом и уже не вписывается в современные реалии? Однако это вовсе не так: тех-

ника и технологии в бизнесе действительно меняются очень быстро, а вот принципы его ведения во многом остаются прежними.

Да, само по себе предпринимательство – деятельность, целью которой является получение максимальной прибыли. Причем это работа, связанная с большим риском: по статистике, до 80% вновь образованных предприятий гибнут в первый же год. Но желание выжать из дела как можно больше дохода не означает отказ от необходимости выполнять взятые на себя обязательства, а фраза «прибыль превыше всего, но порядочность превыше прибыли» все так же актуальна.

В фундаменте культуры предпринимательской деятельности по-прежнему лежат законность, строгое выполнение обязательств и обязанностей, а также честное ведение бизнеса по отношению к партнерам, потребителям и государству. И хотя трактовать нюансы понятия можно по-разному, его принципы остаются теми же, что и сотни лет назад.

А значит, уважать других (клиентов, поставщиков, коллег), доверять и быть достойным доверия – параметры, которые обязательны для культуры бизнеса в любой сфере деятельности. Как это нередко происходит в действительности, можно увидеть на примере турбизнеса.

## Доброе имя на честном слове

Недавно Инна Бельтюкова, основатель и бывший совладелец туроператора «Капитал Тур», предложила свои услуги в качестве бизнес-тренера. Однако «Леди Джамбо» и «Птица Феникс» российского туризма (так ее подчас именуют), пожелавшая учить современных предпринимателей уму-разуму, понимания у них не нашла: только 15% из почти 600 опрошенных на портале [www.tourdom.ru](http://www.tourdom.ru) посчитали, что ее опыт может быть ценен.

Казалось бы, поучиться у нее есть чему: рожденная четой Бельтюковых в 1992 году компания «Инна Тур», для раскрутки которой супруги взяли в долг \$25 тысяч, заложив квартиру, уже через полгода окупила все расходы, а в 2000-м имела годовой оборот больше \$40 млн. Созданный ими «Капитал Тур», просуществовавший около семи лет, в первый же год работы обслужил около 40 тысяч человек и затем ежегодно удваивал обороты. Но в 2010 году казавшийся незблемым колосс туристического предпринимательства «грохнулся», оставив без денег и отдыха больше 8 тысяч клиентов.

Что самое главное, тогда пострадали сотни мелких, зачастую семейных компаний, которых предпринимательские амбиции Бельтюковых полностью выбили из седла: многие разорились вчистую. И память о событиях почти десятилетней давности жива до сих пор, поскольку две трети потенциальных слушателей курсов «Леди Джамбо» на предложение освоить кейсы взлетов и падений основателя разорившегося туроператора ответили: «Пусть сначала вернет деньги по-

страдавшим туристам и партнерам». Увы, но основатели и владельцы «Капитал Тура» не вернули ни гроша – в то время как сама Инна Бельтюкова по-прежнему «в шоколаде».

И практика ведения бизнеса в этой сфере показывает, что даже в «громких» случаях, когда количество пострадавших исчисляется десятками тысяч, а ущерб партнеров – сотнями миллионов руб., фактически никто ответственности не несет. Ведь в достопамятном 2014 году в Петербурге разорились столпы не только местного, но и федерального туризма: «Нева», «Верса» и «Солвекс-турне». Но разве кто-то слышал о том, чтобы их руководители как-то ответили или хотя бы извинились перед партнерами?

Как ни удивительно, но предприниматели порой умудряются быть похожими на Януса. Получившая в 2015 году по линии «Фонда содействия развитию предпринимательства и промышленности» звание «Лучший налогоплательщик года» глава компании «СПб-Турс» Виктория Ротер, как теперь выяснилось, систематически уклонялась от уплаты налогов. И в настоящее время, не доплатив несколько десятков миллионов руб. в бюджет, проходит обвиняемой по уголовному делу по ст. 199 УК РФ (уклонение от уплаты налогов в особо крупном размере) – пока контролируемые ею аффилированные компании продолжают работать. И каким будет решение суда в ее случае, еще неизвестно: подчас тем, кто оставил с носом государство или способствовал разорению массы партнеров, удается выйти сухими из воды.

Впрочем, есть все-таки и другие примеры. В частности, целый ряд крупных российских операторов за собственный счет отправил на отдых туристов, чьи туры не были оплачены агентствами, разорившимися осенью 2019 года.



*Хотя закон и не обязывает нас нести ответственность за действия агентства, являющегося самостоятельным юридическим лицом, мы возьмем эти расходы на себя для того, чтобы обеспечить отдых людей, не виноватых в сложившейся ситуации».*

Тарас ДЕМУРА,  
генеральный директор «TUI Россия»

▶▶▶ ПРОДОЛЖЕНИЕ НА СТР. 12

## Рейтинг характеристик, присущих предпринимательству в России

(в % от числа опрошенных)



ИСТОЧНИК: ДАННЫЕ ОПРОСА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ И ПОСРЕДСТВОМ АНКЕТ

»» ОКОНЧАНИЕ. НАЧАЛО НА СТР. 10

### Эволюция разборок

Уровень предпринимательской культуры можно показать и на другом примере. Где сейчас цивилизованные бизнесмены в основном выясняют отношения в случае разногласий? В арбитраже. А за последние три года количество дел, рассматриваемых Арбитражным судом Петербурга и Ленинградской области, возросло на 87%. Да и в целом по стране картина схожая: за минувшие семь лет число рассмотренных в арбитражных судах споров увеличилось примерно на 70%. Это, конечно, лучше, чем ходить на «стрелки», но свидетельствует о том, что уровень исполнения обязательств в бизнесе по-прежнему невысок.

Как недавно сообщил председатель Верховного суда РФ Вячеслав Лебедев, в 2018 году в арбитраже города и области было рассмотрено 148 тысяч экономических споров, а в первом полугодии 2019-го – 72 тысячи дел.

И хотя экономические споры и другие дела, вытекающие из административных и иных публичных правоотношений, в арбитраже сейчас

превалируют, гражданские уступают им немало. И это также говорит о том, что культура бизнеса, основанная на честном слове и предпринимательской порядочности, у нас сильно хромает. Увы, но даже взяв на себя обязательства, часть бизнесменов их не выполняет – не смотря на то, что возможности для этого у них есть.

Особенно это заметно в вопросе соблюдения трудовых прав, напрямую связанном с этикой и культурой бизнеса. По данным Государственной инспекции труда (ГИТ) Петербурга, в 2018 году она провела 4 564 проверки, по результатам которых выявила 46 598 нарушений. И хотя в последнее время трудовая инспекция старается не сразу применять к нарушителям жесткие санкции, только сумма взятых с нерадивых работодателей штрафов превысила 124,4 млн руб. «К сожалению, случаи оформления специалистов не в соответствии с трудовым законодательством встречаются повсеместно, включая даже крупные банки», – заявил по этому поводу руководи-

тель ГИТ Петербурга Александр Кротов. А для примера привел показательную цифру: по итогам 2018 года по требованию инспекторов труда в Петербурге было оформлено 2 426 трудовых договоров.

Увы, о низкой общей культуре бизнеса свидетельствует и такой факт, как постоянное наличие в Петербурге долгов по зарплате. Несмотря на усилия всех контролирующих органов, их объем редко бывает ниже 300 млн руб., а количество не получающих деньги вовремя петербуржцев постоянно составляет 3–4 тысячи человек. И даже практика прокуратуры, системно возбуждающей против руководства компаний уголовные дела по ч. 2 ст. 145.1 УК РФ (невыплата зарплаты и иных выплат свыше двух месяцев, совершенная из корыстной или иной личной заинтересованности), не сильно меняет картину: сообщения о наличии таких долгов появляются часто. И нередко это происходит потому, что начальник, даже располагая необходимыми ресурсами, попросту не считает нужным платить сполна и вовремя.

Лидером по росту являются арбитражные дела об обязательных платежах в Пенсионный фонд РФ: их число за последние годы выросло... в

**120**

раз.



*Нередко культуру бизнеса в России понимают как готовность угостить кофе с печеньками клиента, заплатившего за проданные ему компанией товары или услуги сотню-другую тысяч руб. На самом деле культура предпринимательства лучше всего проявляется тогда, когда клиент или партнер попадают в сложную ситуацию, и им требуется помощь».*

Александр ВЛАДИМИРОВ, бизнес-тренер



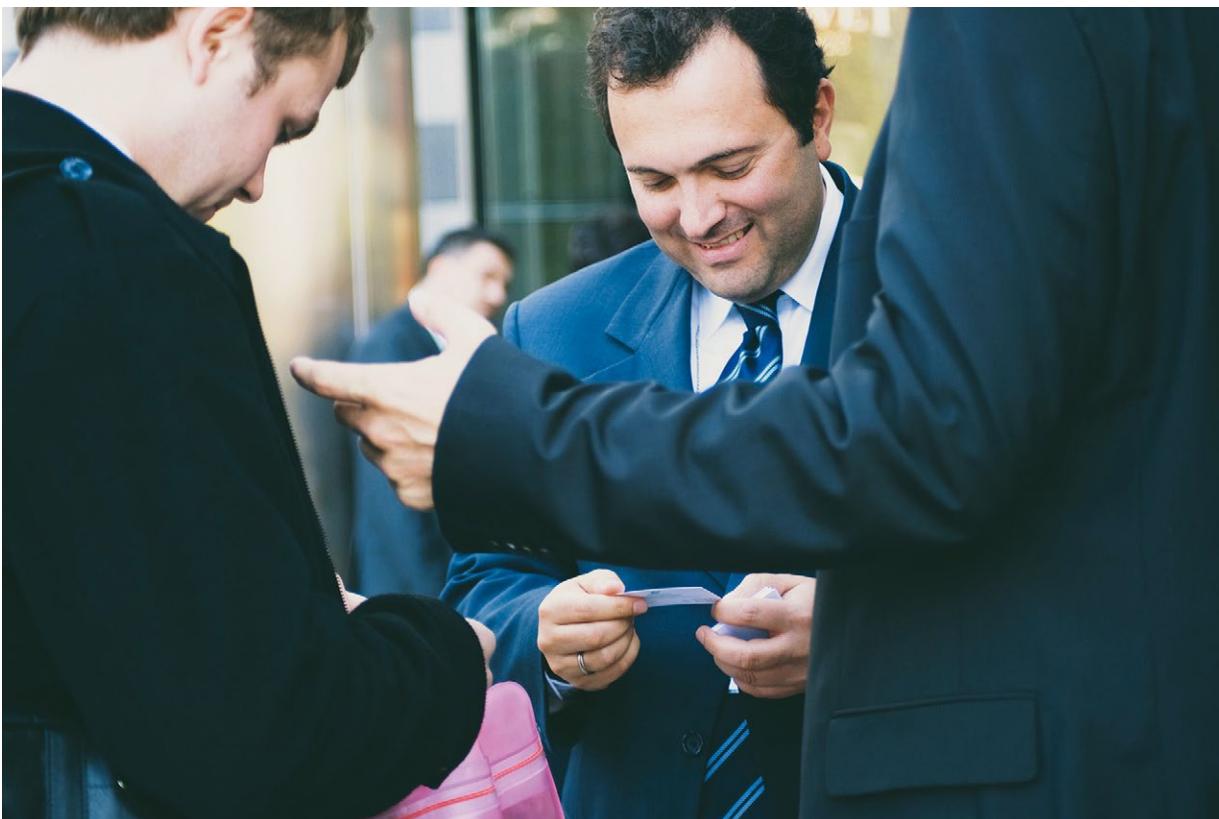
## P.S.

Много ли случаев, когда в подобных обстоятельствах партнеры верят друг другу на слово и помогают делом, мы знаем? Такие случаи есть, но они редко становятся достоянием общественности. А вот о том, что «подставили» или «кинули», обычно информируют тут же. При этом сами предприниматели зачастую полагают, что в обстановке постоянного риска не до сантиментов и соблюдения требований этики и культуры бизнеса – лишь бы выжить и заработать. По принципу «деньги не пахнут». Однако очевидно, что если в России создается цивилизованный рынок, без соблюдения не только законодательных, но и культурных норм в предпринимательской деятельности все же не обойтись.

# ДИАЛОГ РАДИ ДЕНЕГ

СЛОЖИВШАЯСЯ В ПЕТЕРБУРГЕ КУЛЬТУРА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ПОДРАЗУМЕВАЕТ ПОСТОЯННЫЙ ДИАЛОГ С ВЛАСТЬЮ. ОН МОЖЕТ ПРОХОДИТЬ В ВИДЕ ФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКИ СО СТОРОНЫ ПРАВИТЕЛЬСТВА И ОТВЕТСТВЕННОСТИ – СО СТОРОНЫ БИЗНЕСА. КАК БУДЕТ СТРОИТЬСЯ КУЛЬТУРА ЭТИХ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ В БЛИЖАЙШЕМ БУДУЩЕМ, ВЫЯСНИЛ КОРРЕСПОНДЕНТ «БД».

✍️ ЛИЛИЯ АГАРКОВА / 🌐 WWW.FREESTOCKIMAGES.RU



МАЛЫМ и средним бизнесом в новейшей истории Петербурга его жители занимаются более 30 лет. Последние 17 правительство – и федеральное, и городское – оказывало им финансовую и консультационную поддержку, ежегодно выделяя на это значительные суммы и формируя, в частности, культуру петербургского предпринимательства.

## Растить не значит баловать

Согласно научным исследованиям, успешно заниматься своим делом могут всего 2–3% населения. Они, как правило, рассчитывают в бизнесе только на себя, планируя для начала взять деньги у знакомых, родственников, используют собственные накопления или потре-

бительский кредит. В Петербурге еще недавно этот процент на старте был значительно выше, потому что с 2011 по 2016 год на открытие частного бизнеса правительство города выдавало государственные гранты. Это было своеобразной революцией в секторе господдержки. В основном в мире используются возвратные средства из фондов микрофинансирования. Средняя сумма гранта в Петербурге составляла 300 тысяч руб. На эти деньги можно было запустить небольшое предприятие и даже купить оборудование.

»»» ПРОДОЛЖЕНИЕ НА СТР. 14



**КУЛЬТУРА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА** – совокупность принципов, приемов и методов предпринимательской деятельности субъектами бизнеса в соответствии с правовыми нормами. По мнению немецкого ученого-экономиста Рольфа Рютингера, культура предпринимательства – это культура совместно вынашиваемых реальных убеждений и представлений о ценностях.



**Роман ПАСТУХОВ,**  
президент Санкт-Петербургского союза предпринимателей

«Отношения бизнеса и власти – неотъемлемая часть предпринимательской культуры. В городе за три десятилетия, а именно столько работает наш союз, сложилась определенная культура общения бизнеса и власти. Но нас слышат не всегда. Вот недавно открылись центры поддержки по программе «Мой бизнес». Мне кажется, это не желание местных органов власти, а разрядка из Москвы. Местный малый бизнес не спросили, нужны ли нам именно эти центры. Сегодня малому бизнесу в городе трудно. Поэтому, чтобы развивать предпринимательство, власти и бизнесу нужно больше общаться».



**Зоя ВИННИЧЕНКО,**  
президент Ассоциации «Деловая петербурженка»

«Мы в Ассоциацию приглашаем именно те компании, которые привержены петербургской культуре предпринимательства: думают не только о прибыли, но и о нашем городе, пользе для его жителей. Что касается отмены субсидий, я думаю, что они все-таки нужны предприятиям. И не потому, что они плохие предприниматели, а прежде всего потому, что в экономике нет стабильности».



**Алена ЕНОВА,**  
совладелец компаний **Hotelinstinct** и **Hotelkit**,  
руководитель «Лиги малых отелей, хостелов  
и туристического жилья» по Санкт-Петербургу

По моим наблюдениям, в Петербурге предприниматели занимаются тем, что им действительно нравится, считают проекты «своим детищем», вкладываются по полной и верят, что все будет хорошо. Мы можем произносить эту фразу с нотками сарказма, но Петербург все же отличается энтузиазмом. Если сравнивать с Москвой, понимаю, что столицу выделяет стремление зарабатывать денег, как часто слышу от знакомых, «любим путем». Как поддерживать малый бизнес? Не мешать. Я не верю в предпринимательство, которое финансируют из бюджета. Выдача субсидий «зеленым» предпринимателям, которые еще не понимают, куда вписываются, не оправдана. Предпринимательство – это высокая степень риска и ответственности прежде всего. Если тебе дали деньги без возврата, то ничем не рискуешь и никакой школы жизни, которая крайне необходима предпринимателю, не пройдешь. Чтобы помочь бизнесу, нужно снизить ипотечные проценты и все».

»»» ОКОНЧАНИЕ. НАЧАЛО НА СТР. 13

Еще раньше, в 2005–2006 гг., вспоминает Сергей Федоров, экс-председатель Общественного совета по малому бизнесу при губернаторе, совет выделял по 20 тысяч руб. на регистрацию нового ООО или ИП. «Это была помощь начинающим, – рассказывает Федоров. – Через год мы анализировали, сколько осталось предприятий на плаву. Примерно 60% – это был уже неплохой результат».

Специальная комиссия, куда входили не только сотрудники Комитета по экономике, но и ряд общественных организаций бизнеса, заседала еженедельно. Примерно четверти заявителей отказывали по причине ошибок в оформлении документов или несостоятельности бизнес-плана. Большая часть получала грант в размере 300 тысяч руб., но о том, сколько предприятий открылось и удержалось на рынке, данных нет.

Со временем вокруг раздачи грантов образовался специальный сервис по составлению необходимых бизнес-планов и юридическому сопровождению. Процедура стала во многом формальной, поэтому гранты свели к ма-

лой части программы поддержки, а потом отменили вовсе.

Популярной была также программа субсидирования покупки оборудования в лизинг. Однако, как вспоминает экс-руководитель Комитета по развитию предпринимательства Эльгиз Качаев, в конце концов обнаружилась бригада мошенников, которая передавала оборудование, якобы купленное по программе лизинга, от компании к компании для отчета. Программу лизинга также приостановили. Из всех этих факторов и складывалась в городе культура предпринимательства, считают эксперты.

В 2015–2018 гг. субсидиями по 300–700 тысяч (а в некоторых случаях и миллионами руб.) правительство помогало производственному бизнесу, швейным предприятиям. В социальном бизнесе – образовательным центрам, группам продленного дня, а также ремесленникам. Город субсидировал участие в выставках и поддерживал усилия по выходу на международный рынок. Эксперты считают, что в какой-то степени подобная раздача грантов и субсидий порождала у предпринимателей иждивенческий подход и нарушала естественный, честный отбор в бизнесе.

## «ДАЙ» УЕХАЛ В ПРОШЛОЕ



В октябре 2019 года новое руководство сектора малого и среднего бизнеса в лице председателя Комитета по промышленной политике, инновациям и торговле решило реформировать субсидиарный подход к поддержке, посчитав его малоэффективным и устаревшим.

«Мы провели исследование и выяснили, что поддержку из года в год получал один и тот же небольшой круг людей, а всего в городе 380 тысяч предприятий и ИП», – рассказал председатель комитета Юрий Калабин.

Было принято решение: **101 млн** из городского бюджета на 2019 год, предназначенный для программы поддержки малых предприятий, перевести в Фонд содействия кредитованию малого бизнеса, где любой предприниматель может получить кредит по программе поддержки в **70 банках**.

При этом фонд субсидирует процентную ставку и помогает с залоговым обеспечением. Банковский процент по кредитам составляет **6–7%**, подчеркнул Юрий Калабин.

Таким образом, возвратная основа будет дисциплинировать предпринимателей, и они почувствуют большую ответственность за развитие бизнеса. Это также будет способствовать росту предпринимательской культуры.

Кроме того, при Фонде содействия кредитованию работает микрофинансовая организация, в которой можно получить заем **до 5 млн руб.** даже под **3%** годовых на пополнение оборотных средств и пр.

## Как жить по новым правилам?

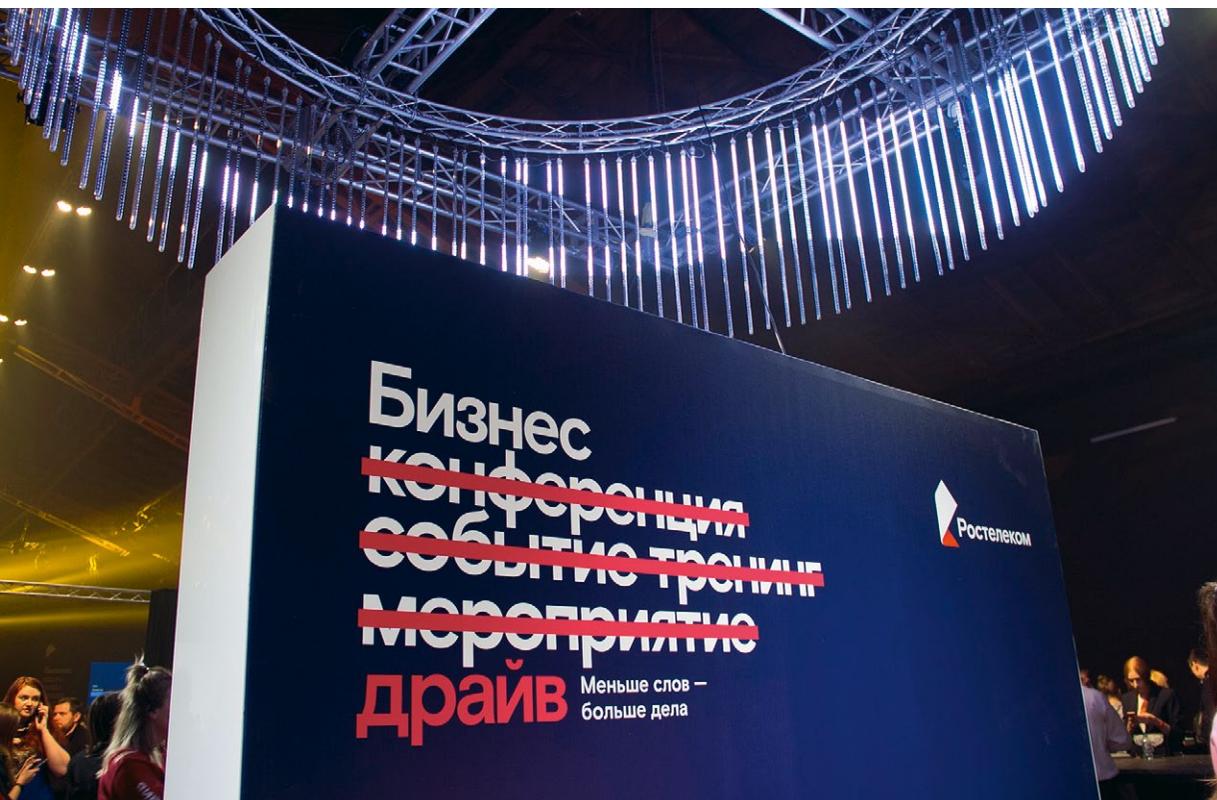
«БД» спросил об этом самих предпринимателей, которые до сих пор получали финансовое содействие в виде безвозвратных субсидий на покрытие доли арендных платежей, участие в выставках и пр. Например, небольшое социальное предприятие арендует у города помещение, где организован реабилитационный центр. Там людям помогают восстановиться после тяжелых заболеваний. Чтобы считаться социальным бизнесом, предприятие взяло на работу инвалидов и людей, освободившихся из мест лишения свободы. Ежегодная субсидия в 700 тысяч шла на покрытие затрат по аренде. Сумеет ли дотационный бизнес перейти на новые условия, покажет ближайшее вре-

мя. В принципе, город тоже не заинтересован в разорении предпринимателей, ведущих малорентабельный, но полезный жителям бизнес.

Впрочем, большинство петербургских предприятий, а их в городе зарегистрировано 380 тысяч, никогда не получало государственной поддержки. «Когда я понял, что аренда производственного помещения в Петербурге невозможна потому, что рентабельности у моего бизнеса не будет никакой, я просто перенес производство в Новгородскую область, – рассказывает Антон Георгиев, петербургский предприниматель и владелец компании «Медовый дом». – Это позволило достичь нужной рентабельности и развить бизнес».

## ЧТО ТАКОЕ «БИЗНЕС ДРАЙВ»?

➔ Это серия мастер-классов от практиков и экспертов для малого и среднего бизнеса. ➔ Участие для предпринимателей бесплатное. ➔ «Бизнес драйв» уже прошел во многих регионах страны и стал для предпринимателей отличным способом не только получить ценные знания, но и обменяться новыми контактами вживую и через специальное мобильное приложение. ➔ В Петербурге участниками «Бизнес драйва» стали более 700 предпринимателей.



# НАСТАЛО ВРЕМЯ «Ч24»

ЗАЧЕМ, ДЕЛАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЮ, СТАВИТЬ СЕБЯ НА МЕСТО ТЕАТРАЛЬНОГО ГАРДЕРОБЩИКА? КАК ЗАЯВЛЕННЫЕ ТРИ МИНУТЫ ПРЕВРАТИТЬ В ПОЛТОРА ЧАСА ОБЩЕНИЯ С СОЛИДНЫМ БИЗНЕСМЕНОМ? КОРРЕСПОНДЕНТ «БД» ВЫНЕС МНОГО ПОЛЕЗНОЙ ИНФОРМАЦИИ О ПОСЛЕДНИХ ТРЕНДАХ В КУЛЬТУРЕ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА С ФОРУМА «БИЗНЕС ДРАЙВ», ОРГАНИЗОВАННОГО КОМПАНИЕЙ «РОСТЕЛЕКОМ».

✍ МАКСИМ СЮ / 📞 ПРЕСС-СЛУЖБА РОСТЕЛЕКОМ

ФОРУМ прошел под девизом «Меньше слов – больше дела». Открывая мероприятие, директор по работе с корпоративными и государственными сегментами «Ростелеком Северо-Запад» **Тимофей Абраменко** поделился личным опытом: «Первую попытку стать предпринимателем я сделал около 20 лет назад. Мы с товарищами нашли “голубой океан” – нишу, которая тогда еще не была занята. Покупали электродвигатели для станков, ремонтировали их и продавали».

Все шло хорошо, пока компания не получила очень крупный заказ. Когда работа была почти сделана, выяснилось, что двигатели чуть-чуть отличаются от станков клиента. Он отказался за-

крыть сделку. Бизнесмены остались без денег, а электродвигатели до сих пор пылятся на даче.

После этого случая Тимофей сделал выводы, о которых полезно знать всем начинающим предпринимателям: «Бизнес, особенно малый, не прощает ошибок. Даже самая мелкая неприятность может обратиться в катастрофу, поэтому крайне важно использовать уже проверенные временем практики и не наступать на “старые” грабли».

### Договор на салфетке

Эксперт по построению эффективного бизнеса **Евгений Сабуров** рассказал о правилах партнерства. Перед началом общего дела

необходимо зафиксировать, кто и что вкладывает в бизнес; определить зоны ответственности; понять, как действовать в случае расхода.

«Договоренность должна быть письменной, – отметил специалист. – Одно из соглашений я заключил на... салфетке. Мы сидели в ресторане, и я набросал тезисы на том, что было под рукой. Потом это сберегло мне кучу нервных клеток! Когда мы с партнерами ссорились, я показывал фотографию салфетки, и все вставало на свои места».

### Чаевые за презентацию

Вице-президент по работе с корпоративными и государственными сегментами компании «Ростелеком» **Валерий Ермаков** рассказал, как правильно делать презентации.

«Мы знаем, что театр начинается с вешалки. Так же следует обходиться... и с подачей информации. Принимающей стороне должно быть комфортно, – пояснил вице-президент «Ростелекома», – ведь “гардеробщик” в таком случае получает “чаевые”. Поэтому, когда сотрудник показывает мне презентацию, я всегда спрашиваю: “Как ты думаешь, получишь ты чаевые или нет?” В качестве “чаевых” в бизнесе может быть благодарность, доброе слово, теплый взгляд... Это очень важно».

### Пока мы люди...

Эксперт по запуску стартапов **Владимир Маринович** вспомнил, как однажды пытался договориться о крупной поставке в один из магазинов: «Звоню секретарю и спрашиваю, как попасть на прием к генеральному директору. Отвечают: “Приходите завтра в девять утра, у вас будет ровно три минуты”. Оказывается, директор – бывший подводник и очень скрупулезно относится к своему времени...»

### Это стало зацепкой

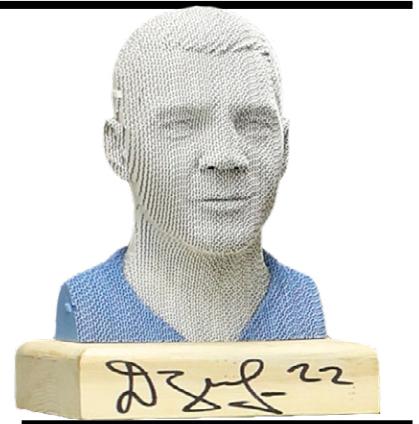
«Ровно девять утра. Стучу в дверь, захожу. И тут же замечаю заколку на галстук в виде подводной лодки, а на тумбочке – модель субмарины. Буквально с порога выдаю: “В мире есть только три профессии, которые требуют призвания: преподавателя, врача и военного, особенно подводника”, – рассказал **Владимир Маринович**. – Так “три минуты” превратились в полтора часа разговора про трудности полугодового подводного перехода. Уже в конце встречи мой собеседник спросил: “Так что там тебе нужно? Скажи моим, пусть берут”. Вывод следующий: закончилось время B2B и B2C – настало время Ч24! Всегда надо понимать, что ты общаешься не с великой корпорацией, а прежде всего с человеком».

КОГДА ЧЕЛОВЕК НАЧИНАЕТ ДЕЙСТВОВАТЬ В ТОЙ ИЛИ ИНОЙ СФЕРЕ, ОН ДОЛЖЕН ИСПОЛЬЗОВАТЬ ПРЕДЛАГАЕМЫЕ ЗДЕСЬ КУЛЬТУРНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ИЛИ СОЗДАТЬ СВОИ. В СЛУЧАЕ С ЗАПУСКОМ СТАРТАПА ОРИГИНАЛЬНОСТЬ ИДЕИ И НОВЫЙ ПОДХОД К БИЗНЕСУ МОГУТ СТАТЬ РЕАЛЬНЫМ ДРАЙВЕРОМ ДАЖЕ ТАМ, ГДЕ «ВСЕ ПРИДУМАНО ДО НАС». О ТОМ, КАК НАВЯЗАТЬ СТАРОМУ РЫНКУ НОВЫЕ ПРАВИЛА, – В МАТЕРИАЛАХ КОРРЕСПОНДЕНТА «БД».

АНДРЕЙ СЕРГЕЕВ / АЛЕКСАНДР ГЛУЗ

## 1/ ДЕНЬГИ ИЗ КАРТОНА

*Основатель проекта «Картонное Сафари» Сергей Цыбин больше восьми лет работал в отделе продаж компании, занимающейся производством упаковки из картона. Однажды перед Сергеем поставили задачу найти подходящие сувениры, чтобы сделать памятные подарки постоянным клиентам и партнерам, и пришлось проявить фантазию. Все остались довольны, а Сергей понял, из чего можно делать деньги.*



логотипа, просто как элемент интерьера или необычная игрушка.

«Часть моделей просто дарили, отдавали на благотворительность. Увидели, что людям нравится, это вдохновило на творчество. Так дело получило новый толчок в развитии, в частности, начали производство картонных голов известных личностей, – продолжает Сергей. – Думал, создадим конечный продукт и будем его продавать, но не тут-то было. Буквально каждый месяц мы что-то улучшаем в моделях, заполучили личного 3D-скульптора».

Например, одну из деталей, на которую нанизываются слои картона, сделали из фанеры. Стоимость изготовления сильно не изменилась, зато удалось значительно укрепить конструкцию модели.

### Переход на личности

Прежде всего, модели выбираются по узнаваемости. К примеру, изображения Петра I хорошо уходят в розницу через сети книжных магазинов. А одним из заказчиков даже выступил Екатеринбургский музей «Царское село».

### ПО ГОСТУ

Непосвященный человек может спросить: что сложного в работе с картоном? Оказывается, по ГОСТу при изготовлении картона допускается разброс в

**0,3** мм.

Модель головы Эйнштейна, скажем, состоит из десятков листов. Даже небольшое отличие в их толщине влияет на то, получится ли бюст похожим.



С современниками сложнее. «Выбор личности – настоящая битва в коллективе. Человек должен нравиться ребятам, им важен вклад героя в развитие спорта или науки и т.п.

Одной из первых моделей стал многократный чемпион мира по смешанному боевому искусству Федор Емельяненко, у Сереги даже племянника назвали в честь Федора», – говорит Марина Орлова, занимающаяся продвижением проекта.

А совсем недавно ребята преподнесли подарок нападающему «Зенита» и сборной России Артему Дзюбе. Знаменитый спортсмен остался под впечатлением от подарка и даже сделал со своей «головой» несколько постов в соцсетях, после чего мастеров картонного дела завалили вопросами и заказами.

### Нас не догонят

Сейчас идет работа над новыми моделями к новогодним распродажам и грядущему Чемпионату Европы по футболу. По мнению Сергея, важно следить за событиями вокруг: как говорится, «дорого яичко ко Христову дню».

Сергей уверен, что бороться за свое дело можно, только постоянно развивая бизнес. Улучшив новую модель, надо внести изменения в конструкцию и во все старые. Только так можно противостоять конкурентам.

В планах у команды Сергея – создание франшизы и увеличение присутствия в регионах, а в будущем и выход на мировой рынок.

### Бумажная волокита

Вместе с другом придумали модели животных из слоев картона. Наскребли 1 500 руб., чтобы оплатить лазерную резку. Убедились, что модель выглядит интересно, собрали еще денег.

«Мы получили первый заказ от мясоперерабатывающего предприятия на изготовление 200 фигурок с логотипом компании. Заработали 100 тысяч руб. и поняли, что надо развиваться», – рассказывает Сергей Цыбин.

В общей сложности ребята вложили в дело чуть больше миллиона. Модели животных продавались уже и без



*Китайцы рано или поздно скопируют что угодно. Чем быстрее мы дойдем до уровня, когда нас уже невозможно догнать, тем больше шансов, что нас не обойдут. Чем больше экспериментируешь, ищешь что-то новое, тем больше шансов на успех».*

Сергей ЦЫБИН

## 2/ КАК ПО МАСЛУ

*Несколько лет назад Антон Ефимов, ныне генеральный директор ООО «НЕО», познакомился с российским изобретателем, который более 25 лет работал над созданием установки для производства присадок к машинному маслу. Годами «алхимик» искал свой философский камень и, что удивительно, нашел...*

### «Аэродром подскока»

Изобретатель запатентовал свою технологию, но, как настоящий исследователь, искал возможность ее применения на практике. Судьбоносная встреча с Антоном Ефимовым кардинально изменила жизнь каждого из них, работа закипела. Технология действительно позволяла добиться высокого качества машинного масла при значительном снижении затрат на производство.

«Сначала было трудно поверить, что это действительно что-то новое и стоящее, ведь придется конкурировать с огромными корпорациями, ежедневно вращающими миллиардами. Отнесли образцы в лабораторию и были удивлены результатами проверки качества, – делится Антон Ефимов. – Через близких, знакомых, друзей собрали стартовый капитал».

Первыми потребителями нового машинного масла стали участники одного из петербургских автосообществ. Ребята предложили опробовать свой продукт, и автолюбители одобрили новое масло. Это стало неплохой рекламой, «аэродромом подскока» для дела.

«Нетворкинг стал неотъемлемой частью современности. Ты знакомишься с людьми, у них свои контакты. Понравилось одному, он советует другому – и так, через сарафанное радио, начинаешь сам обрывать полезными связями. Это один из наиболее эффективных инструментов раскрутки для выхода на рынок», – рассказывает коммерческий директор компании Вячеслав Силенко.

Удостоверившись, что продукт интересен потребителям, команда решила сконцентрировать основные силы на оптовых продажах, используя нарабатанные через автосообщества связи.

«Проблема в том, что наш бренд пока малоизвестный, а у многих потребителей закрепился штамп: все зарубежное – это хорошо, а отечественное, да еще и связанное с автопромом, сделано на коленке. Каждый раз приходится бороться и доказывать, что твой продукт не хуже», – говорит Вячеслав.



*Мы не говорим, что другие бренды делают плохое масло, просто наше лучше подходит для российских условий эксплуатации, то есть холода и особенностей вождения. Гиганты рынка заточены под евростандарты, что не всегда применимо в Сибири или в арктической зоне».*

**Вячеслав СИЛЕНКО**

### Где дружба, а где служба

«С Вячеславом сразу договорились, что дружба дружбой, а работа – это святое. Субординацию все соблюдают, все понимают, что от этого зависит успех общего дела и, как следствие, деньги каждого. Такого, мол, “завтра я не приду”, у нас нет», – рассказывает Антон.

Предприниматели ставят перед собой цель создать большой отлаженный механизм, а не получить сиюминутную выгоду. Их расчет довольно прост: главное – это люди; есть сильная команда – будет доходная компания. А основная мотивация в том, что при росте прибыли компании напрямую увеличивается реальная зарплата ее сотрудников. По мнению бизнесменов, проще найти молодого специ-

алиста и обучить его под свои нужды, чем искать профессионала, работающего от звонка до звонка за зарплату.

«При этом маркетинг, бухгалтерия и ряд других задач отданы на аутсорсинг, – рассказывает коммерческий директор проекта. – Это позволяет экономить и вкладывать высвобожденные средства в развитие производства, что крайне важно для любого предприятия малого бизнеса».

Также здесь существует достаточное количество эффективных программ, контролирующих действия сотрудников. На «удаленке» работает специалист, отслеживающий выполнение заданий компании, причем он одновременно курирует несколько десятков организаций.

### ТОЧНЫЕ ОРИЕНТИРЫ

Ребята акцентируют внимание на том, что одной из особенностей их продукта является ориентированность на российского потребителя.

На сегодняшний день у компании есть небольшой завод в Подмоскowie мощностью

**20** тонн машинного масла в сутки.

Антон Ефимов подчеркнул, что в ближайших планах – выход на регионы РФ, а через пару недель у компании появится официальный дистрибьютор уже в Казахстане.





**Светлана МОЛЧАНОВА,**  
президент Союза производителей изделий легкой промышленности

«И в Сен Лоран, Кристиан Диор – это прежде всего торговые марки, бренды, в которые вложены сотни миллионов долларов. У нас не было предпосылок, чтобы вкладывать в моду миллионы долларов. Условия в России так сложились, что развивается только госзаказ, а потребительский рынок отдан иностранным компаниям. В 90-е годы правительством молодой России не было принято концепции развития российских производств, считалось, что мы все сможем завезти и продать. Предприятия-миллиардеры в легкой промышленности работают по заказу государственных ведомств – например, так работает компания “БТК-групп”. Вообще, в России всего семь крупных АО, работающих на госзаказ, – остальные у них на субподряде. На один заказ приходится до 100 малых предприятий. Чтобы выжить, предприятия легкой промышленности, как правило, имеют собственную сеть магазинов и производств (экспериментальные цеха), как у “Леди Шарм”, “Маленькой леди”, “Помпы” и др. Чтобы в производстве одежды держаться на плаву, надо иметь как минимум свою розницу. Вот “Скорострел” открывает уже девятый магазин обуви в Петербурге. Значит, отрасль возрождается».



КАЛЕНДАРЬ ОСЕННЕГО ПЕТЕРБУРГА ОПЯТЬ НАСТРАИВАЕТ НА МОДНУЮ ТЕМУ. В ПРОСТРАНСТВЕ ARTPLAY ПРИ УЧАСТИИ МИНПРОМТОРГА БЫЛ ОРГАНИЗОВАН УЖЕ ТРЕТИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ МОДЫ, А В ЭКСПОФОРУМЕ И НА ДРУГИХ ПЛОЩАДКАХ ПРОШЛИ МЕРОПРИЯТИЯ ТРАДИЦИОННОЙ ПЕТЕРБУРГСКОЙ НЕДЕЛИ МОДЫ (ST PETERSBURG FASHION WEEK) С КРУГЛЫМИ СТОЛАМИ, КОНФЕРЕНЦИЯМИ И АЖИОТАЖНЫМИ ПОКАЗАМИ. КОРРЕСПОНДЕНТ «БД» ПОБЫВАЛ ВЕЗДЕ, ЧТОБЫ РАЗОБРАТЬСЯ: МОДА В ПЕТЕРБУРГЕ – ЭТО ТОЛЬКО ЧАСТЬ ГОРОДСКОЙ КУЛЬТУРЫ ИЛИ УЖЕ ОТДЕЛЬНАЯ ИНДУСТРИЯ?

## МОДНАЯ ТЕМА

ЕЛЕНА ИВАНОВА  
ИНТЕРПРЕСС, РОМАН ПИМЕНОВ, FREEPIK.COM

### Мечты и планы

В Северной столице работают сильные дизайнеры, широко известные и в России, и за ее пределами. Лилия Кисиленко, Татьяна Котегова, Леонид Алексеев, Ирина Танцурина, Янис Чамалиди, Елена Бадмаева, Алена Ахмадулина – имена, давно вошедшие в золотой фонд российской моды.

Исходя из этого факта, идея сделать Петербург столицей моды, зародившаяся в коридорах власти лет пять назад, имела основания. Для ее реализации при Центре развития и поддержки предпринимательства (ЦРПП) был создан Центр индустрии моды и легкой промышленности. Петербургских дизайнеров трижды вывозили на парижскую выставку Who is Next, в Гостином дворе работали ярмарка «№ 35» и творческое пространство «Среда». Впрочем, по словам наблюдателей, власть уделяла больше внимания молодым именам из мира моды и легкой промышленности. Перспективные дебютанты получали субсидии на аренду производственных помещений. А вот с именитыми петербургскими дизайнерами, чьи работы можно встретить даже в музеях, контактов было меньше. Вместе с тем в профессиональной среде бытует мнение, что инвестиции именно в бренды известных модельеров могли бы с большей вероятностью создать в Петербурге атмосферу Милана.





### Вести с модной орбиты

Кутюрье Татьяна Парфенова в недавнем интервью журналу Masters сказала, что хоть она и петербургский дизайнер, ее стиль не петербургский, и она собирается открывать дизайн-бюро в Москве, так как 80% клиентов оттуда. Тем не менее Парфенова считает Петербург столицей если не моды, то дизайна точно. А чтобы стать столицей моды, «нужна орбита», то есть инфраструктура, которая состоит из всех, кто делает одежду модной.

«Я думаю, если бы в России не было нефти, газа и пришлось изыскивать иные механизмы для зарабатывания денег, мода попала бы в объектив», – рассуждает Парфенова.

Дизайнер Лилия Кисиленко и ее партнер, директор модного дома Lilia Kissilenko Ирина Селюта, более 20 лет назад создали компанию по производству одежды и аксессуаров.

**Объем производства одежды и аксессуаров в Петербурге оценивают примерно в**

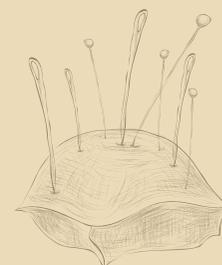
**200–250 млрд руб.**

▶▶▶ ПРОДОЛЖЕНИЕ НА СТР. 20



**Ирина СЕЛЮТА,**  
директор модного дома Lilia Kissilenko

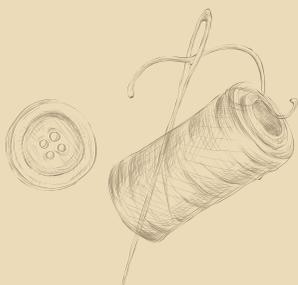
«Почему дизайнеры одежды не вышли в мировые производители одежды? А почему российские автомобили не вышли в лидеры? Потому что у нас слишком велик разрыв между производством и всем другим в мире моды. Потому что витрины по всему миру, успех и миллиардные обороты – это всегда союз дизайнера и инвестора. Видимо, инвесторы не пришли. В компанию Кристиана Диора в свое время вложил 6 млн франков крупный производитель текстиля. С этого началась эпоха торговой марки «Диор». Мода – это риск. Нужно уметь предложить что-то острое, вместе с тем удобное и универсальное. Если бы все знали, что именно будет продаваться, все были бы миллиардерами. Вот, например, в Бельгии тоже производят одежду. Но при этом 500 млн евро было потрачено на популяризацию бельгийской моды. Кто у нас может вложить такие или подобные им деньги в популяризацию петербургской моды? В общем, петербургской моде катастрофически не хватает денег на все: популяризацию, модернизацию оборудования, персонал – учитывая, что налоги растут. Дизайнеры формируют имидж города, в том числе за рубежом, об этом могла бы подумать власть».





**Антон ГЕОРГИЕВ,**  
владелец бренда «Крестецкая строчка»

«**М**не кажется, все эти модные дома петербургских дизайнеров – главнобоко убыточные и живут за счет какой-то помощи и разовых заказов. В основном в правительстве РФ в Москве работают выходцы из Петербурга, они же являются покупателями этих модных домов, и поэтому дизайнеры тянутся в Москву. “Крестецкой строчке” не нужно становиться мировым модным брендом. Бельгийцы не будут покупать вологодские кружева в Бельгии, потому что у них есть свои, бельгийские кружева. А вот быть крепким локальным брендом, радовать туристов замечательными покупками – это да. Кстати, если бы известные кутюрье взяли использовать наши кружева, это бы сработало. Но нам не сделать такого объема, чтобы насытить поставки в крупные торговые сети. Кроме того, в России же ничего не производят: ни тканей, ни фурнитуры. Технологически мы тоже сильно отстаем. Все для производства одежды надо купить, например, в Китае. Привезти, растаможить, сшить и потом везти обратно? Такие изделия станут золотыми по стоимости».



Кроме того, на рынке работают около

**2 000**

дизайнеров моды.

Среди них – студия **Nnedre&Friends**, **Oh My, Kogel**, **Milla Berillo**, **Usta k ustam** и другие.

►► Окончание. Начало на стр. 18

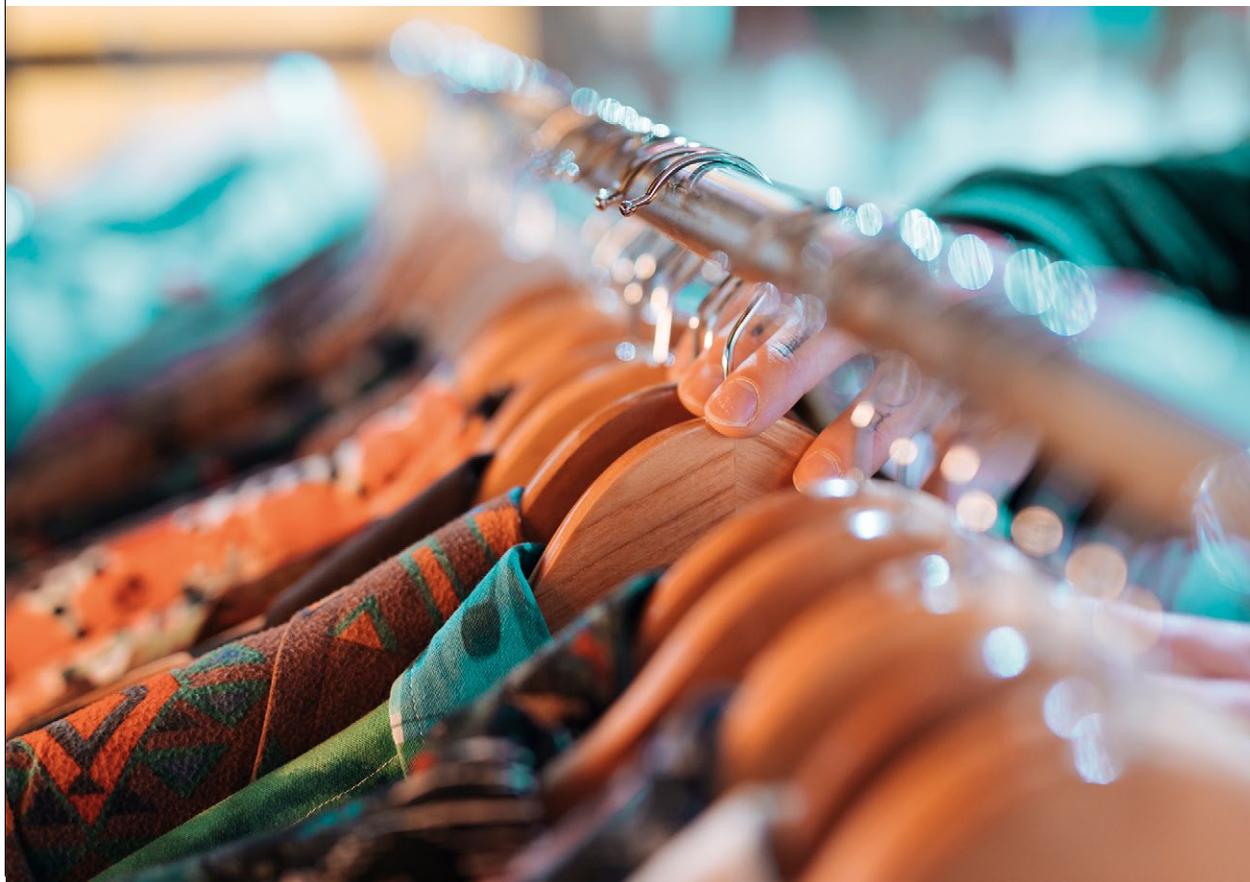
Но развиваться и удержаться на рынке им помогли не модные тенденции, а, скорее, корпоративные заказы и ставка на собственный стиль и производственный опыт. Когда-то их совместная работа начиналась на фабрике «Невская мануфактура», они пережили кризис 1998 года, потом сумели выкупить помещение на Кирочной улице, где теперь расположено производство и шоу-рум бренда. Работать удается с оборотом не менее 2 млн руб.

У некоторых петербургских дизайнеров был опыт сотрудничества с мировыми брендами. «Когда-то, в начале 2000-х, британский модный дом Ede & Ravenscraft (им принадлежит здание Дома Мертенса, где сейчас находится Zara) предложил сотрудничество петербургским дизайнерам: Погорецкой, Чамалиди, Котеговой, Хохловой и нам, – рассказывает Ирина Селюта. – Работали несколько сезонов, делали пилотные образцы для коллекций четырех цветов. Но мы не несли финального бремени за продажи коллекций».

### Кружевная перспектива

Особняком в мире моды стоит предприятие «Крестецкая строчка». Этот старинный про-

мысел в новгородской глубинке возрождает петербургский предприниматель Антон Георгиев. Он уже около 10 лет развивает в деревне Мойка в Новгородской области фасовочное производство меда и поставляет продукцию во все федеральные торговые сети. Однажды Антон Георгиев приехал на фабрику «Крестецкая строчка», которая работает в Новгородской области с 1929 года, и увидел там нескольких вышивальщиц преклонного возраста в полуразрушенном здании. При этом их продукция была прекрасной. В 2015 году бизнесмен инвестировал в фабрику более 200 млн руб.: в ремонт, обучение новых вышивальщиц. Теперь там работает 70 человек, бренд укрепляется. Он был представлен на различных модных выставках, в том числе в Париже и Милане. Кроме столового белья, на фабрике начали производить одежду: блузы, платья. Сейчас предприятие сотрудничает с 10 ритейлерами, в том числе Au Pont Rouge, универсамом «Московский» и другими. А еще фабрика работает как туристический объект, Антон Георгиев принимает туристов. В Петербурге в ТК «Гарден Сити» открыт шоу-рум «Крестецкой строчки», а производство вышло на ежемесячный оборот в 1 млн руб. Изделия фабрики как образцы народных промыслов представлены в некоторых музеях, например, в Эрмитаже и Русском музее.





## ЭКСКУРС В ЭКСКУРСИИ

ТО, ЧТО В СОВЕТСКОЕ ВРЕМЯ НАЗЫВАЛОСЬ ПОХОДАМИ И ЭКСКУРСИЯМИ, СЕГОДНЯ ПРЕВРАТИЛОСЬ В НАПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕСА ПОД НАЗВАНИЕМ «КУЛЬТУРНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ». КАЗАЛОСЬ БЫ, ГДЕ-ГДЕ, А В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ ЭТОТ СЕГМЕНТ РЫНКА ДОЛЖЕН ПРОЦВЕТАТЬ НЕЗАВИСИМО ОТ СЕЗОННОСТИ. О ТОМ, КАК В КУЛЬТУРНОЙ СТОЛИЦЕ ОБСТОЯТ ДЕЛА С КУЛЬТУРНЫМ ТУРИЗМОМ, – В МАТЕРИАЛЕ КОРРЕСПОНДЕНТА «БД».

✍️ **ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ**  
 📷 **РОМАН ПИМЕНОВ, ИНТЕРПРЕСС**

**В ПЛАНАХ** правительства РФ значится увеличение числа детей, принимающих участие в походах и экскурсиях, на 300 тысяч к 2021 году (по сравнению с 2017-м), а до четвертого квартала 2020-го должна быть разработана стратегия развития детского туризма и отдыха на последующее десятилетие. Если учесть, что еще два года назад Владимир Путин объявил в стране Десятилетие детства (на 2018–2027 гг.), а 2019-й стал Годом детского туризма, перспективы у направления отменные.

### Клиентов бери – не хочу...

Количество потенциальных клиентов в сфере культурно-образовательного туризма для молодежи огромное: только учащихся в стране насчитывается 15,5 млн. Если к ним добавить родителей, педагогов и всех остальных заинтересованных, база для организации туров и экскурсий получается колоссальная и составляет никак не меньше 20 млн человек.

Однако на петербургском этапе федерального проекта «Развитие детского туризма в России» один из спикеров привел данные, согласно которым число школьников, участвующих в походах, за период с 2006-го по 2016 год снизилось на 53%, а на экскурсии стало ездить на 37% меньше детей. Причем за 2018 год данных вообще нет...

Статистика, опубликованная в сетевом научном журнале, свидетельствует о том же, поскольку количество детей, принимавших участие в походах, в период с 2006-го по 2016 год снизилось в РФ с 3,2 млн до 2,02 млн человек, а число побывавших на экскурсиях сократилось с 1,5 млн до 717 тысяч. Причем под детьми подразумеваются ребята в возрасте до 18 лет включительно, а объем чисто образовательных программ в общей структуре не превышает 19,5%. Потенциал для развития рынка огромный!

▶▶▶ ПРОДОЛЖЕНИЕ НА СТР. 22

▶▶▶ ОКОНЧАНИЕ. НАЧАЛО НА СТР. 21



И хотя разночтения в формулировках имеются, специалисты согласны: в отличие от развлекательного, культурно-образовательный туризм позволяет участникам туров глубже познакомиться с культурой, понять ее особенности, почувствовать разнообразие. В целом это активное познание мира. «Когда речь идет об этом виде туризма, имеются в виду и образование, и воспитание, – считает Ирина Аникина, заместитель директора музея-заповедника «Кижи». – Ведь любить родину, как малую, так и большую, трудно, не изучая “корней” и традиций».

### Родина сказала «надо»

Реальное движение в сторону позитива в сфере культурно-образовательного туризма для молодежи в России началось в 2013 году, когда в стране стали реализовывать соответствующее поручение президента. В 2014 году при правительстве РФ появился координационный совет по детскому туризму, а приоритетом госрегулирования направление признали в 2016-м.

Вместе с тем еще в 2013 году по инициативе Министерства культуры в РФ была создана программа «Моя Россия: Град Петров», благодаря которой в Петербурге уже побывало около 60 тысяч школьников. В этом году ее участниками станут свыше 6,5 тысяч ребят из разных городов России: по «классическому» трехдневному маршруту проедут более 4,5 тысяч школьников, а по новому, четырехдневному, отправятся свыше 2,2 тысяч.

Но «Град Петров» – только один из более чем десятка маршрутов, входящих сейчас в Национальную программу детского культурно-познавательного туризма «Моя Россия». В 2018 году, например, в ее составе было 12 маршрутов, по которым проехали более 20 тысяч детей 12-17 лет из 85 регионов.

Как считает заместитель министра культуры России Алла Манилова, «программа дает возможность школьникам из отдаленных регионов приобщиться к великой истории и культуре нашей страны, а участие в ней выгодно для бизнеса, так как позволяет увеличить загрузку туристской инфраструктуры».

Появились и многие другие проекты, ориентированные на возрождение молодежного культурно-образовательного туризма. Ряд из них – частная инициатива компаний, плотно работающих с этой тематикой.

В качестве примера можно привести «Живые уроки» или «Уроки дает Петербург». «Это настоящий петербургский проект, содержание которого основано на традиционно сильной ленинградской и петербургской экскурсионной школе, – объясняет суть второй программы директор «Бюро “Петроградъ”» Павел Лобанов. – Суть в том, что он полностью отражает интересы города и способен переместить часть потока туристов с “высокого” сезона на низкий период, совпадающий

*Мы не просто привлекаем школьников и молодежь, а стараемся всемерно развивать такое направление, как музейная педагогика. Именно через образование и воспитание приходит понимание прошлого, настоящего и будущего нашей страны. Мы помогаем осознать, почему так важно сохранять традиции народа и природу, которая нас окружает».*

**Ирина АНИКИНА,**  
заместитель директора музея-заповедника «Кижи»

с учебным временем». К тому же реализацией проекта занимается не отдельная фирма, а общественная организация «Лига туроператоров Санкт-Петербурга», объединяющая 25 специализирующихся на приеме туристов компаний города. Участие в нем активно принимают и музеи Северной столицы (сейчас в программе «Уроки дает Петербург» их уже 10), а в будущем организаторы обещают привлечь к сотрудничеству вузы, крупные предприятия и т.д.

### Бюрократия и безопасность

Казалось бы, для быстрого развития молодежного культурно-образовательного туризма в России имеются все условия. Широкая клиентская база, поддержка «сверху». Огромное число «интересностей», способных привлечь аудиторию любого возраста. Но маховик этого направления все еще вращается слишком вяло, а количество компаний, занятых в сегменте, практически не растет.

В чем проблема? «Направление настолько зарегулировано, что проще заниматься любым другим, – честно признаются бывалые организаторы. – Работать на нем могут только по-настоящему упертые профессионалы, для которых скорее важен не доход, а возможность помогать людям».

И примеров, подтверждающих это, масса. «Дошло до того, что организаторы не могут сводить ребят в музей, находящийся в доме напротив школы: для этого надо собирать массу документов и готовиться две-три недели», – замечает руководитель «Международной академии детско-юношеского туризма и краеведения имени А.А. Остапца-Свешникова» Дмитрий Смирнов. И даже Елена Кальницкая, генеральный директор ГМЗ «Петергоф», не раз говорила о том, что «располагая большим числом программ для детей и собственным автобусом, мы нередко не можем привезти ребят в музей». Не случайно Дмитрий Смирнов, выступая недавно на межрегиональной конференции, организованной туроператором «СканТур»,

**Федеральный пример оказался заразительным: в Ленобласти с 2017 года за счет бюджета организуют поездки для школьников в рамках проекта «МОЙ РОДНОЙ КРАЙ», в которых уже побывали свыше**

**8**

**тысяч ребят. А в 2019 году в них примут участие 4 532 человека.**





*В современном обществе важно давать детям возможность не только сидеть за партой и слушать теоретический материал, но и погружаться в культуру. А экскурсионно-образовательные программы – формат, который способствует формированию гармоничной и разносторонне развитой личности. Ведь нынешние школьники – будущий фундамент общества, который должен быть прочным».*

**Анастасия ТРУШИНА, директор по развитию «СканТур», соорганизатор проекта по развитию детского туризма в России**



**Работа в сфере молодежного культурно-образовательного туризма во многом схожа с педагогической деятельностью, которая никогда не ориентировалась на деньги, но всегда пыталась сеять разумное, доброе и вечное.**

Русским географическим обществом, а также рядом комитетов и министерств правительства Республики Карелия и Петербурга, заявил, что сейчас гораздо проще организовать в школе хор из 100 человек, чем экскурсионную поездку. «Для того чтобы появился хор, нужны помещение, дети, два преподавателя и ноты, а для поездки надо согласовать десятки документов и взять на себя большую ответственность», – резюмировал он. Увы, но сейчас ситуация такова, что большая часть близких к организации школьного культурно-образовательного туризма специалистов попросту не хочет (а порой и боится) «связываться» со сферой, где существует масса «подводных камней».

Одним из таких «камней», безусловно, являются требования к перевозке организованных групп. Никто не подвергает сомнению необходимость обеспечения безопасности перевозки. Но когда по техническим причинам организаторы не могут вовремя отправить уведомление, а рядовой инспектор ГИБДД запросто «тормозит» автобус, срывая экскурсию школьников, возникают вопросы. Однако Дмитрий Горбатов, начальник отделения технического надзора Управления ГИБДД по Санкт-Петербургу и Ленобласти, отвечая на вопрос, почему до сих пор система онлайн-сервиса подачи уведомления о перевозке организованных групп детей дает сбои, ограничился сообщением, что «его можно подавать и разными другими способами».

### Когда не все ради денег

Означает ли это, что создавать и развивать бизнес в этой сфере не стоит? Опыт показывает: при умении грамотно учитывать рыночные нюансы, направление вполне может оказаться прибыльным.

А способы ведения бизнеса могут быть совершенно разными. Есть, скажем, пример энтузиаста туризма Александра Минделя, по инициативе которого на Селигере появился Дом путешественника, где бесплатно могут остановиться «социальные туристы» (родители с детьми, детские группы, инвалиды и т.д.). А есть экологический парк «Пространство детской мечты» Александра Черкасова, в котором собрано практически все, что может заинтересовать семейного или «детского» туриста. «Я ботаник, по уши влюбленный в мир», – говорит он о себе. И в его парке любой посетитель независимо от возраста становится ребенком. «Красиво, сказочно и очень вкусно», – такой вывод делают гости.

Вместе с тем любой мало-мальски понимающий в деле специалист скажет: если речь идет о подобных объектах культурно-образовательного туризма, на их развитие уходят годы. Да и реализовывать, казалось бы, простые туры для молодежи ой как непросто по причине все тех же бюрократических тонкостей.

Однако, если прибыль не самое главное, а глаза горят, хочется по максимуму приносить пользу людям, рискнуть стоит.



1 | Горбуновы (справа налево) Петр Михайлович, Мария Михайловна, Михаил Михайлович

# ИСТОРИЯ СО СМЫСЛОМ

КАТЕГОРИЯ КУЛЬТУРЫ ИМЕЕТ БЕСКОНЕЧНОЕ КОЛИЧЕСТВО ОПРЕДЕЛЕНИЙ И ТОЛКОВАНИЙ. И ОНИ НЕ ТОЛЬКО О ТЕАТРАХ И БИБЛИОТЕКАХ. КОГДА ВОЗНИКАЮТ СПОРЫ О ВАЖНЫХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОБЛЕМАХ, ПОЧТИ ВСЕГДА ЗАХОДИТ РЕЧЬ О КУЛЬТУРЕ: СПОРИМ О ПЬЯНСТВЕ – ГОВОРИМ О КУЛЬТУРЕ УПОТРЕБЛЕНИЯ АЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ, ОБСУЖДАЕМ СТРЕЛЬБУ В ОБЩЕСТВЕННЫХ МЕСТАХ – ЖАЛУЕМСЯ НА НЕДОСТАТОК КУЛЬТУРЫ ОБРАЩЕНИЯ С ОРУЖИЕМ, РАЗДРАЖАЕМСЯ НА МУСОР – ГОВОРИМ ОБ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ. КУЛЬТУРА ВЫСТУПАЕТ КАК НЕКИЙ СВОД ПРАВИЛ, КОТОРЫЕ ЧЕЛОВЕК СОБЛЮДАЕТ, ЧТОБЫ БЫТЬ УСПЕШНЫМ САМОМУ, НО НЕ МЕШАТЬ ДРУГИМ. В ЭТОМ ЖЕ КОНТЕКСТЕ ЧАСТО ГОВОРЯТ О КУЛЬТУРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА. ЭТОТ МНОГОЗНАЧНЫЙ ТЕРМИН МОЖНО УПОТРЕБИТЬ ОДНОВРЕМЕННО С ПРИВЯЗКОЙ К ОПРЕДЕЛЕННОМУ МЕСТУ, ТЕРРИТОРИИ, ГОРОДУ. ДАВАЙТЕ ПОГОВОРИМ О КУЛЬТУРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ПО-ПЕТЕРБУРГСКИ.

✍️\_ВСЕВОЛОД ПЕЖЕМСКИЙ / 📧\_KRASNOESELO.SU

## Сословные условности

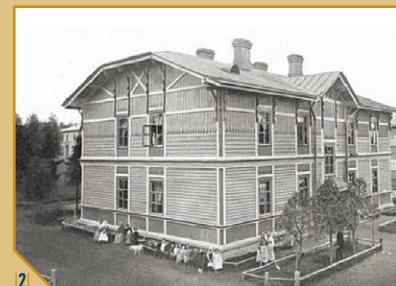
Конечно, основной толчок к развитию дали Петровские реформы с несомненным западным влиянием. Однако нужно понимать, что на протяжении всей истории Российской империи предпринимательство находилось под прессом сословного деления. И лишь для некоторых групп населения оно было позволительно и поощряемо. К примеру, торговля и организация промышленных предприятий были в руках у купечества. Государство подталкивало и высшее сословие к организации предприятий, но в силу негласных культурных правил среди российских дворян стремление к прибыли зачастую осуждалось, а жить по средствам считалось вульгарным. Крестьяне, особенно крепостные, наоборот, не рассматривались как потенциальные предприниматели. Чаще они сами были источником прибыли и, еще того хуже, товаром. Им приходилось развивать торговлю и промышленность, прикрываясь именем хозяев, и зачастую терять все достигнутое из-за их произвола.

## Столичные отличия

Вот в такой непростой обстановке развивалась петербургская предпринимательская культура. Ее было легко отличить, например, от московской. Москва не зря считалась купеческой. А Петербург был сферой формирования нового слоя предпринимателей: владельцев промышленных производств, банкиров, а также ширящейся группы акционеров, как крупных, так и мелких. В Петербурге – государственные контракты, особенно железнодорожные, судостроение, каменное жилищное строительство и внешняя торговля. Грандиозный рывок в развитии предпринимательства приходится на вторую половину XIX – начало XX века. После отмены крепостного права поток «внутренних трудовых мигрантов» – освобожденных без земли крестьян – хлынул в города, а в Петербург – в первую очередь. За последние для империи 60 лет сложилась ситуация с высоким спросом на рабочие места и исключительно низкими запросами по уровню заработной платы. Предпринимателю на стройке или при добыче полезных ископаемых было проще нанять, например, несколько десятков женщин с корзинами для переноски земли, чем установить транспортер. Изначально формировавшуюся предпринимательскую культуру вряд ли можно было назвать «продвинутой» или «гуманной». Безразличное отношение к работникам, тяжелые условия, продолжительный рабочий день, штрафы и локауты (массовые увольнения недовольных) были ее полноценными составляющими.

## Роль личности

Но ситуация менялась – как под влиянием западной деловой культуры, с которой петербургские предприниматели сталкивались чаще других, так и изнутри. Хочется рассказать о таком удивительном для своего времени примере нового подхода: это история Петра Михайловича Горбунова и Красносельской бумажной фабрики. Фабрика появилась еще в первой четверти XVIII века и дала начало Красному Селу, нынешнему району города.



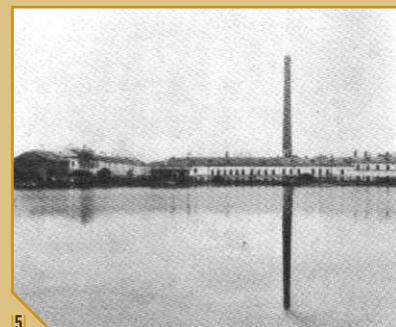
2



3



4



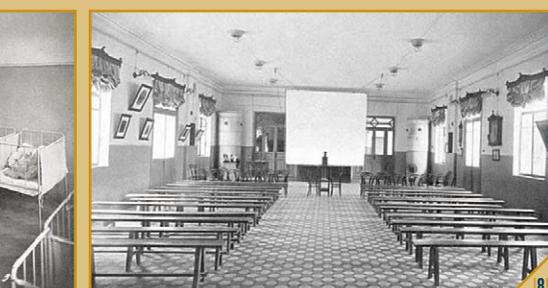
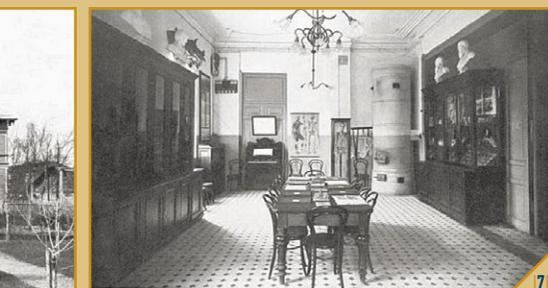
5

В 80-е годы XIX века она находилась во владении семьи Печаткиных. На нее устраивается молодой инженер-технолог Петр Горбунов, который вскоре женится на внучке одного из владельцев. Молодой человек становится управляющим и входит в число акционеров фабрики. Казалось бы, традиционный путь амбициозного предпринимателя. Но на вверенном ему предприятии Горбунов разворачивает невероятную для того времени деятельность.

Действительно, Петр Михайлович кардинальным образом меняет подход к рабочему человеку. Он не видит в нем лишь источник обогащения и предпринимает все усилия, чтобы создать для трудящихся хорошие условия жизни. Приведем цитату из одного поразительного документа. 1918 год, фабрика национализирована, Горбунов отстранен, а рабочие просят и даже требуют его возвращения в качестве руководителя производства:



*Мы... бывшие сотрудники инженер-технолога Петра Михайловича Горбунова, рабочие и служащие Красногородской бумажной фабрики настоящим удостоверяем ниже следующее: П.М. Горбунов много способствовал развитию фабрики в области технического усовершенствования, и ее расширению, и экономическому подъему... Кроме работы техническо-производственной, П.М. Горбунов много поработал в области улучшения условий труда на фабрике, несмотря на самое реакционное время. Так, единственно благодаря его настояниям введен в 1907 году на Красногородской фабрике 8-часовой рабочий день для сменных рабочих вместо 12-часового; в это время еще ни на одной из бумажных фабрик Северного района 8-часовой день введен не был. По его личной инициативе и энергичным настояниям было построено на фабрике 2-классное училище для детей трудящихся с пятилетним курсом с индустриальным уклоном, а также большой народный дом (на 800 человек), столовая для рабочих, библиотека-читальня (которую посещали более 5 000 человек в год), театр, ясли; им же был организован рабочий кооператив.*



12 Жилой дом для семейных рабочих

13 Фабричное двухклассное училище и церковь

14 Ясли для детей рабочих

15 Красносельская фабрика и соломенно-целлюлозный завод. 1908 г.

16 Здание яслей, библиотеки-читальни и столовой для рабочих

17 Библиотека-читальня и музей

18 Помещение столовой, приготовленное для чтения с «туманными картинками»

### Культура управления вместо революции

Новая социальная политика получила развитие при строительстве «Фабричного поселка» – комплекса жилых зданий для рабочих и служащих. По сути, это был небольшой город со всем необходимым для жизни рабочих. Для холостых было построено общежитие, по принятому тогда выражению – «казарма». Для семейных же были возведены коттеджи. Они представляли собой отдельно стоящие, по преимуществу двухэтажные дома на восемь квартир каждый. Квартиры были двухкомнатные, с кухней. В них были водопровод, проведенный из дудергофских ключей, ватерклозеты, электрическое освещение. Дворы были канализованы, и везде, где позволяло расположение, посажены деревья и кустарники, разбиты клумбы цветов, организованы детские площадки, установлены спортивные снаряды и садовые скамейки. При школе был разбит плодовый сад и «огород педагогического характера», на озере устроены купальни. Для рабочих и служащих была также возведена «прекрасно устроенная кирпичная баня». Больница при фабрике существовала еще при прежних управляющих, Петр Михайлович ее расширил. Был увеличен штат, который при нем состоял из доктора, фельдшера и акушерки. Бесплатной была не только медицинская помощь, но и медикаменты.

К этому следует добавить выплату пенсий рабочим, трехмесячное пособие на время болезни, денежные пособия роженицам, ссу-

ду под жалование и вознаграждение за долговременную службу. В результате среди рабочих фабрики к 1910 году более 100 человек проработали на ней свыше 10 лет, а более 60 – свыше 15 лет. Красносельская бумажная фабрика Печаткиных под руководством Петра Горбунова стала удивительным социальным экспериментом, в ходе которого была создана модель де-факто партнерских взаимоотношений между руководством, владельцами и рабочими. Ее обошли стороной стачки и забастовки 1905 и 1917 гг. Борются пролетариям тут было не за что: все их требования были удовлетворены, еще не будучи сформулированными. После революции фабрика продолжила свою работу. Сам же Горбунов как раз накануне выпустил коллективную монографию «Охрана жизни и здоровья рабочих». Если бы такой опыт социального партнерства был широко распространен – кто знает, может, мы бы смогли избежать массы социальных потрясений XX века. В судьбе Петра Михайловича – вся судьба петербургского предпринимателя. Не из дворян, образованный (техническое высшее), воспитанный, успешный, он все-таки вынужден был оставить и свое детище – фабрику – и революционный Петроград. Кончился его бизнес, и кончилось предпринимательство в стране. А как возрождалась предпринимательская культура в Петербурге – предмет, наверное, отдельного разговора.



# ПОД СОУСОМ ПРЕМИЙ

РАЗЛИЧНЫЕ ПРЕМИИ, ГИДЫ И РЕЙТИНГИ – ИЗВЕСТНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ, ОТНОСЯЩИЕСЯ К КУЛЬТУРЕ СРАВНИТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ. ЧТО ОНИ ДАЮТ ТЕМ, КОГО «СОСЧИТАЛИ», КОРРЕСПОНДЕНТ «БД» ВЫЯСНЯЛ НА ПРИМЕРЕ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА.

✍ ВИКТОР ДЕМЕНТЬЕВ

📷 \_JONATHAN BORBA ON UNSPLASH, ИЗ АРХИВА ПРЕМИИ WHERETO EAT

## Звезды и ложки

За рубежом существуют два основных направления: гиды и рейтинги. Гиды предлагают краткое описание избранных ресторанов и дают им оценку (баллы, «звезды», «вилки» и т.п.). Рейтинги указывают – опять же, помимо краткого описания, – какое именно место в данном году занял конкретный ресторан (если он, конечно, попал в рейтинг). Публика, в свою очередь, использует все это в качестве ориентира.

В первой категории в Европе конкуренцию лидеру и старожилу, Красному гиду **Michelin**, успешно составляет итальянский **Gambero Rosso**. На Апеннинях он заметно точнее «локализованного» «Мишлена» – так же, как и скандинавский **White Guide**, который на своей территории тоже, пожалуй, объективнее французского конкурента. А в самой Франции – значительно более молодой **Gault et Millau**. Во второй категории ведущее положение и в Европе, и в мире занимает придуманный британскими журналистами в 2002 году рейтинг **The World's 50 Best Restaurants**. Есть в нем, кстати, и российские рестораны (в отличие от «Мишлена»). В нынешнем году их было сразу пять. В том числе, впервые в истории, два заведения из Северной столицы: **Harvest** (№ 92) и «Кококо» (№ 104).

В России все несколько иначе. «Мишлена» все нет и нет. **Gault et Millau** отмечился одним награждением и затих. **White Guide** пока не рискует зайти, сфокусировавшись на Прибалтике, и работает в Эстонии, Латвии и Литве очень качественно. Так что приходится обходиться своими силами. Временами получа-

ется неплохо. Один из самых удачных гидов – Spoon Андрея Фомина. До последнего времени он специализировался на Москве и Петербурге, но сейчас расширяет экспансию и на другие города России.

### Кто во что горазд

До недавнего времени в обеих столицах было достаточно «прижурнальных» ресторанных премий. В Петербурге, например, у каждого уважающего себя издания, имеющего сильный ресторанный отдел, наличествовала своя премия-праздник. Из крупнейших можно вспомнить «Что где есть в Петербурге» – у «Собака.ру», «Меню и счет» – у «Time out Петербург», «Звезды города» – у WHERE St.Petersburg... Плюс уйма премий поменьше и поплоче.

Каждая – со своими достоинствами и недостатками. Скажем, очень симпатичная «Что где есть в Петербурге» год за годом «танцует» на любимых граблях с интернет-голосованием, всякий раз публично сетуя на многочисленные накрутки. Премия «Меню и счет», пока была жива, также страдала от интернет-накруток, попутно выдавая в ряде номинаций прямо-таки странные результаты. «Звезды города» изначально были заявлены как редакторская награда самым интересным заведениям (не только гастрономическим), и список голосующих был очевидно очерчен штатным расписанием журнала. Не слишком обширным, прямо скажем.

Удачной и цельной концепцией пока выглядит Национальная ресторанный премия **WHERE TO EAT by Evian & Badoit**, созданная семь лет назад командой петербургских журналистов и редакторов во главе с Ириной Тиусониной. Есть легенда, что Ирина придумала ее в самолете, возвращаясь из Лондона с итоговой церемонии The World's 50 Best Restaurants. Организаторам удалось избежать многих «детских болезней», и сегодня WHERE TO EAT охватывает уже пять регионов страны. В ноябре торжественная церемония пройдет в Санкт-Петербурге. Ну а 20 февраля 2020 года в Москве попробуют провести первую в истории общероссийскую церемонию.



**ЧТО НУЖНО, ЧТОБЫ ПОПАСТЬ В ЧИСЛО ЛУЧШИХ РЕСТОРАНОВ В ТЕХ ПРЕМИЯХ (РЕЙТИНГАХ), ГДЕ СУЩЕСТВУЕТ ЭКСПЕРТНОЕ ГОЛОСОВАНИЕ? ЧЕСТНЫЙ КАЖДОДНЕВНЫЙ ТРУД ВСЕЙ КОМАНДЫ – ОТ ОФИЦИАНТА И ХОСТЕС ДО ШЕФ-ПОВАРА И СОМЕЛЬЕ. ГРАМОТНЫЙ И СЛАЖЕННЫЙ. ПРОВАЛ ХОТЯ БЫ НА ОДНОЙ ПОЗИЦИИ С НЕМАЛОЙ ДОЛЕЙ ВЕРОЯТНОСТИ ПОВЛЕЧЕТ ПЕЧАЛЬНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ: ПОСТРАДАВШИМ ГОСТЕМ ВПОЛНЕ МОЖЕТ ОКАЗАТЬСЯ ОДИН ИЗ ЭКСПЕРТОВ ПРЕМИИ ИЛИ РЕЙТИНГА.**

«Мишлен» свои принципы оценивания и имена экспертов держит в секрете. The World's 50 Best Restaurants открыл публике свою структуру голосования и имена региональных координаторов, хотя кто именно в каждой стране голосует, можно только догадываться. Формула **WHERE TO EAT**, во многом родственная британской (впрочем, слепого копирования здесь все-таки не наблюдается), максимально прозрачна. В каждом регионе работают ровно 100 экспертов. Каждый включает в свой бюллетень 10 лучших, по его мнению, заведений своего региона по ранжиру (кто как голосует – строгий секрет). Собранные данные арифметически суммируются, и рейтинг готов.

### Как переваривают рейтинги

Какая от всего этого польза рестораторам и шефам? И прямая, и опосредованная. По статистике, в заведениях, вошедших в число лучших, почти сразу заметно увеличивается поток гостей, словно кто-то свыше нажал на волшебную кнопку. Многих поначалу ведет туда простое любопытство: чем же так хороши данные заведения? И если это любопытство подкрепляется интересной кухней и качественным сервисом, заведение довольно быстро обретает новых постоянных приверженцев.

Как сами рестораторы и шефы реагируют на рейтинги и награды? Те, кто никуда не попал и ничего не получил, или делают вид, что им все это неинтересно, или говорят, что все куплено. Впрочем, если на следующий год им вдруг улыбнется удача, риторика резко меняется, а организаторам поют осанну.

В едином рейтинге будут расставлены по ранжиру лучшие рестораны со всей страны. А лучший из лучших получит переходящий антикварный трофей, изрядно напоминающий хоккейный Кубок Стэнли.

Ряд премий заявляет чуть ли не два-три десятка номинаций, вплоть до «Лучших хинкали» и «Лучшего ЗОЖ предложения». Таким образом, размывается главная идея – выделить по-настоящему лучших из лучших. **WHERE TO EAT** – образец лаконичности (может, и чрезмерной): всего четыре-пять специальных номинаций, помимо основного рейтинга. В том числе самые престижные: «Шеф-повар года» и «Сомелье года». Чего, пожалуй, не хватает, так это «Шеф-кондитера года», тем более что выбор таких специалистов сегодня очень приличный. Посмотрим, что будет на следующий год.

### Вести с кухни

Всегда хочется заглянуть «на кухню», чтобы узнать, как готовятся разные премии.



►► ПРОДОЛЖЕНИЕ НА СТР. 28



▶▶ ОКОНЧАНИЕ. НАЧАЛО НА СТР. 26

Те же, кто более-менее постоянно «в обойме», азартно соревнуются друг с другом: кто соберет больше призовых тарелок, кто займет более высокое место в рейтинге, у кого больше заведений в Топ-50, кто вошел в поварской шорт-лист, а кто нет...

Есть и «околоспортивные» фишки. С недавних пор на церемонии WHERETOЕAT наблюдается негласное соревнование среди шеф-поваров, заведенное знаменитым шефом и телеведущим Александром Бельковичем: кто круче выглядит. На самую первую церемонию Белькович и пара его коллег пришли в смокингах – прямо Джеймс Бонд и компания! Ну а далее стал наблюдаться лавинный эффект: к настоящему времени количество гостей, соблюдающих дресс-код black tie, выросло в разы. И это по-настоящему круто и стильно!

### Как на дрожжах

Выигравший самый первый титул «Шеф-повар года» в рамках петербургской WHERETOЕAT 2013 Иван Березуцкий (тогда – PMI bar) спустя короткое время отправился покорять Москву. Сегодня Twins Garden, где Иван руководит кухней вместе со своим братом Сергеем, по мнению экспертов, один из лучших ресторанов Первопрестольной. Ну а тандем Дмитрия Блинова и Рената Маликова, дебютировавший в петербургском рейтинге в 2014 году со своим Duo Gastrobar сразу на втором месте, на волне успеха начал ежегодно выдавать по одному новому заведению, каждое из которых оказывалось еще лучше предыдущего и собирало множество наград на всех уровнях.

### В чем соль

Место в шорт-листе в номинации «Шеф-повар года» автоматически выводит каждого обитателя этой «золотой пятерки» под свет софитов. Его начинают звать на «ужины в четыре руки» коллеги из других городов. На него всерьез заглядывают владельцы более солидных ресторанных проектов. Словом, карьера идет в гору. Ресторатору ведь морально проще вложиться в человека, уже кое-что доказавшего своим коллегам, чем в безвестное юное дарование.

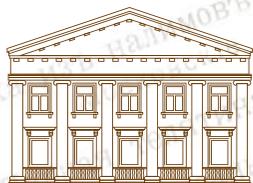
Есть, кстати, и другие интересные повороты. Один из организаторов премии этого года на Урале рассказал, как к нему подошел один из героев вечера – шеф-повар, чей ресторан вошел в пятерку лучших. И сделал неожиданное признание: «Если бы мой ресторан сегодня выиграл – я бы был вынужден уехать из Екатеринбурга. Поскольку мне здесь больше нечего и некому было бы доказывать. Когда до завершения церемонии осталось всего несколько незазванных ресторанов, включая мой, я начал сочинять прощальную речь... Но все в итоге сложилось так, как сложилось: мы в этот раз не первые. Значит, будем всей командой весь предстоящий год работать еще лучше. Чтобы радовать гостей. Чтобы стать лучшим рестораном Урала. А потом... Потом я буду двигаться дальше».



*Переживал всю неделю до WHERETOЕAT и до сих пор не разобрался с эмоциями. Для нашего относительно небольшого проекта это, конечно, большая победа. И сегодня (на следующий день после церемонии. – Прим. ред.) у нас с утра столько гостей, которые пришли в ресторан из-за того, что услышали про Мото в связи с премией, что это даже пугает... Для меня премия WHERETOЕAT не про тех, кто просто хорошо готовит, потому что все участники это делают на уровне. Она про развитие, особый взгляд и вклад в общее дело. И я рад, что экспертное жюри оценило наши старания. Мы будем стараться соответствовать, дальше придумывать новые проекты и просто готовить вкусную, временами странную и удивительную еду».*

**Роман КАЛИНИН,**  
шеф-повар ресторана Мото, Екатеринбург, – лучшего ресторана по версии WHERETOЕAT Ural 2019; обладатель наград «Шеф-повар года» и «Выбор СМИ»

# ГАСТРОНОМИЧЕСКОЕ ПУТЕШЕСТВИЕ ИЗ ПЕТЕРБУРГА В ЛЕНИНГРАД И ОБРАТНО



**ФОНТАНКА 30**

ресторанъ Санкт-Петербургской кухни

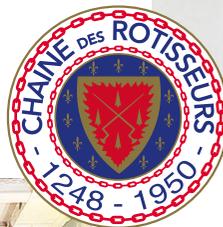
ВКЛЮЧИТЕ  
ВИДЕО



## ПЕРВЫЙ В МИРЕ РЕСТОРАН ПЕТЕРБУРГСКОЙ КУХНИ

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ  
наб. реки ФОНТАНКИ, 30  
(напротив Цирка)

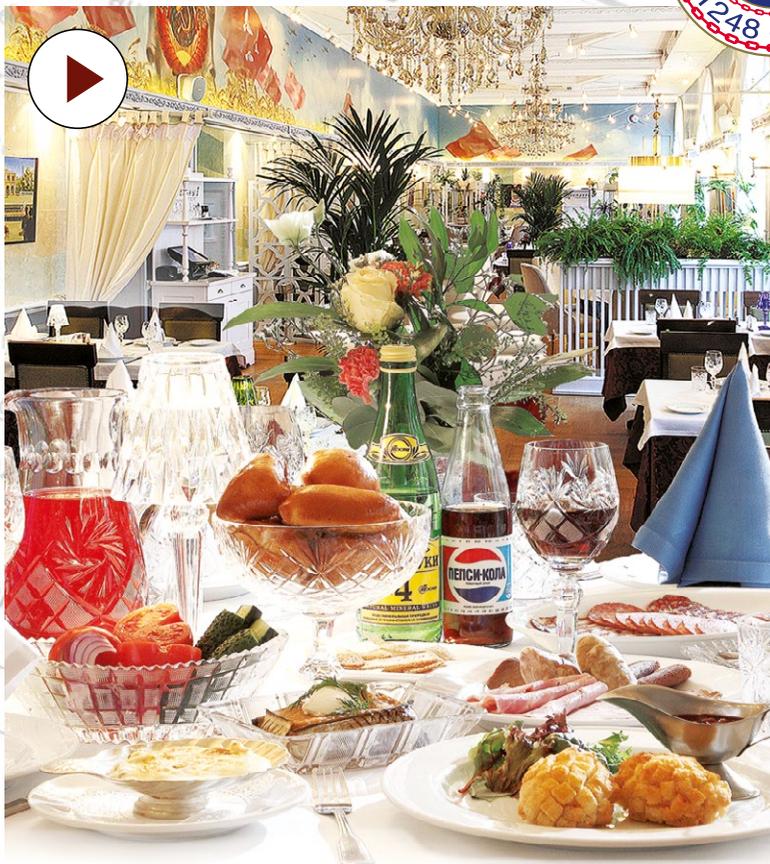
+7 (812) 273-43-04  
+7 (931) 976-43-04  
[www.fontanka30.ru](http://www.fontanka30.ru)



ВКЛЮЧИТЕ  
ВИДЕО



1. Установите приложение GlazzAR\* из App Store или Play Market.
2. Наведите камеру смартфона на изображение.
3. Дождитесь окончания загрузки. Изображение должно полностью отображаться.



**Центральный**  
РЕСТОРАН

## ЛУЧШИЕ БЛЮДА ЛЕНИНГРАДСКИХ РЕСТОРАНОВ

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ  
СУВОРОВСКИЙ ПР., 62  
(у Смольного)

+7 (931) 233-16-55  
+7 (812) 577-15-48  
[www.centralrestaurant.ru](http://www.centralrestaurant.ru)

УЧАСТНИКАМ VIII САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО КУЛЬТУРНОГО ФОРУМА **СКИДКА 10%**

ПРИ ПРЕДЪЯВЛЕНИИ БЕЙДЖА АККРЕДИТАЦИИ

РЕКЛАМА

# СОЗВЕЗДИЕ ПЕТЕРБУРГСКОГО ОБЩЕПИТА

СОВРЕМЕННЫЕ ДЕЯТЕЛИ КУЛЬТУРЫ ОХОТНО ИНВЕСТИРУЮТ В ИМЕННЫЕ ЛИНИИ ОДЕЖДЫ И САЛОНЫ КРАСОТЫ. ОДНАКО САМОЙ НЕПРОСТОЙ СФЕРОЙ ДЛЯ ЗВЕЗДНЫХ КАПИТАЛОВЛОЖЕНИЙ ПО ПРАВУ СЧИТАЕТСЯ ОБЩЕПИТ: ДАЛЕКО НЕ ВСЕМ ИЗВЕСТНЫМ ПЕРСОНАМ УДАЕТСЯ ЗАСЛУЖИТЬ ЗВАНИЕ РЕСТОРАТОРОВ. «БД» ВСПОМНИЛ САМЫЕ ЗНАЧИМЫЕ ИСТОРИИ УСПЕХА И ПРОВАЛА В ПЕТЕРБУРГЕ.

✍ **ЕКАТЕРИНА ФЕДОРОВА**



[www.instagram.com/p/B4Nuk1roWp/](https://www.instagram.com/p/B4Nuk1roWp/)

Российские музыканты, артисты и спортсмены все чаще вкладывают заработанные деньги в ресторанный бизнес. Только за последние пару лет в Петербург пришло несколько столичных ресторанных сетей, чьи бренды неразрывно связаны с именами популярных персон. Среди них – ресторан **BUZfood** телеведущей **ОЛЬГИ БУЗОВОЙ**, который занял помещение на площадке ТРК «Галерея».



[www.instagram.com/timatiofficial/?hl=ru](https://www.instagram.com/timatiofficial/?hl=ru)

Там же начала работу бургерная **Black Star Burger** певца Тимура Юнусова, более известного как **ТИМАТИ**. Рестораном рэпера управляет ООО «БСБ РУС». Через ООО «Олимп» эта компания принадлежит партнерам Тимати Павлу Курьянову и Трифену Вальтеру Чассему Нзале.

Популярность помогает селебрити успешно масштабировать бизнес, продавая франшизы в регионы и даже за рубеж. К примеру, чтобы приобрести франшизу ресторана Ольги Бузовой, требуется **10–18 млн руб.** Компания обещает окупаемость от 18 месяцев, следует из данных портала [Franshiza.ru](https://franshiza.ru).

## ВСЕ НАЧАЛОСЬ С ДРАМЫ

Однако первые ростки «звездных» ресторанов начали появляться в Петербурге более 20 лет назад, когда их в основном самостоятельно развивали местные деятели культуры. К примеру, еще в конце 80-х драматург **ГЕНРИХ РЯБКИН** открыл в Ленинграде арт-кафе **«Тет-а-тет»** на Большом проспекте Петроградской стороны.



[www.kino-teatr.ru](https://www.kino-teatr.ru)

А в 90-х за общепит взялись и петербургские актеры. Так, **АННА САМОХИНА** развивала два ресторана: **«Граф Суворов»** и **«Поручик Ржевский»**, которые покинули рынок в 2007 году.



[www.kino-teatr.ru](https://www.kino-teatr.ru)

Также роль ресторатора примерил звезда сериала «Улицы разбитых фонарей» – актер **АЛЕКСАНДР ПОЛОВЦЕВ**, открывший одноименный ресторан на улице Радищева. В 2013 году его заведение закрылось из-за убытков, сообщали в СМИ. Ресторан просуществовал в Центральном районе города чуть больше пяти лет.

## СПОРТСМЕНЫ У ИСТОКОВ

Примерно тогда же в игру включились и местные спортсмены. В 2002 году футболист «Зенита» **АЛЕКСАНДР КЕРЖАКОВ** стал соучредителем кафе русской кухни **«Лукоморье»**, которое было открыто в



<https://www.instagram.com/p/B3lxJuZAB26/>

районе станции метро «Черная речка». А спустя два года появилась вторая аналогичная точка на улице Рентгена – она по-прежнему принимает гостей. По различным подсчетам, инвестиции в развитие бизнеса могли достигать \$150–200 тысяч. В 2017 году Кержаков вновь сообщил об открытии ресторана: футболист обратился к грузинской кухне в тандеме с ресторанным гигантом **Ginza Project**. Новое заведение в Рыбацком получило название **«Сули Гули»**.

Тем же путем пошли другие спортсмены. В 2005 году в Петербурге заработала сеть ресторанов быстрого питания **«Знатный повар»**, совладельцем которой стал петербургский хоккеист **АЛЕКСАНДР ЮДИН**. Инвестиции в проект могли составлять около \$1,5 млн.



[www.youtube.com/watch?v=RE4DWKAT1Bk](https://www.youtube.com/watch?v=RE4DWKAT1Bk)



[www.olympic-champions.ru](https://www.olympic-champions.ru)

В том же году фигурист **АНТОН СИХАРУЛИДЗЕ** открыл ресторан быстрого обслуживания, бистро и бар под единым названием **«Сфинкс»** в здании гостиницы «Октябрьская» на площади Восстания в Петербурге. Общая площадь заведений составляла 1,4 тысячи кв. метров. Позже Сихарулидзе совместно с фигуристкой Еленой Бережной объявили об открытии загородного комплекса, состоящего из мини-гостиницы и ресторана на территории поселка Репино. В 2010 году предприниматель вышел из ресторанного бизнеса, а основанный при его участии ресторан «Сфинкс» закрылся.

## В ОБЩЕПИТЕ НЕ ДО ШУТОК



www.instagram.com/p/B16bAjuLkGn/

Успел поработать в сфере общепита российский комик и продюсер **СЕРГЕЙ СВЕТЛАКОВ**, который в 2017 году вышел из состава акционеров петербургской сети пиццерий «Ямм...Pizza». Первый ресторан сети (сейчас их 15, по данным сайта компании) был открыт в 2010 году.



www.instagram.com/p/B1rLxhg4nF/

Известны и другие примеры, когда комедианты увлекались ресторанным бизнесом. Например, участник трио «Смирнов, Иванов, Соболев» **АЛЕКСЕЙ СМИРНОВ**, а также предприниматели **ЕВГЕНИЯ ЖЕБЕНЕВА** и **РОМАН КЮТТА** открыли в Петербурге стендап-клуб с баром под названием **HopHead**.

## В ПИТЕРЕ – ПИТЬ

Однако максимальный вклад в расширение гастрономической карты Петербурга, особенно ее барной составляющей, сделали музыканты: многие из открытых ими заведений принимают гостей до сих пор.



www.tolsty-fraer.ru

В 2003 году в Петербурге начала развиваться сеть пивных «**Толстый Фраер**», основанная музыкантом **АЛЕКСАНДРОМ РОЗЕНБАУМОМ**. Сейчас в городе работают шесть точек.



www.instagram.com/p/Bov4K7plv75/  
www.instabase.ru/accounts/matilda\_shnurlova\_v\_instagram

Впрочем, самым известным рокером от общепита стал лидер группировки «Ленинград» **СЕРГЕЙ ШНУРОВ**. В 2010 году вместе с фотографом и предпринимателем **ИВАНОМ УШКОВЫМ** он открыл бар «**Синий Пушкин**» на Херсонской улице. Тогда инвестиции в проект составили около 4 млн руб., соображали предприниматели. А спустя два года музыкант открыл ресторан «**Кококо**» вместе с экс-супругой **МАТИЛЬДОЙ** (Еленой Мозговой).



www.rukiverh.ru

В 2012 году лидер группы «Руки Вверх» **СЕРГЕЙ ЖУКОВ** открыл на канале Грибоедова клуб, посвященный атмосфере 90-х, под названием «**Руки Вверх бар**». О запуске сети пышечных объявляли участники группы «Чай вдвоем».



Как сообщила бизнес-леди, в марте 2020 года заведение переедет в Новую Голландию, в корпус «Дом 12», а на его месте – на Вознесенском проспекте – появится новый проект с упором на **healthy food**. При этом «Кококо» начнет работать в двух форматах – **fine dining** и бистро. Это будут разные заведения, объединенные стилем.



www.vk.com/billynovik

Чуть больше на ресторанном поприще преуспели представители рок-сцены. Известный музыкант и участник группы Billy's Band **БИЛЛИ НОВИК** основал бар **The Hat**. Концепция бара – атмосферная эстетика Америки 60-х, навеянная произведениями Керуака, Буковски и Берроуза.



www.youtube.com/watch?v=NrfnrlwWZl

А **КИРИЛЛ ИВАНОВ** из группы «СБПЧ» совместно с **НАТАЛЬЕЙ СВЕТОГОР** и **САШЕЙ БЕРКОВСКИМ** учредил кафе «**Общество чистых тарелок**». В 2019 году рестораторы открыли вторую одноименную точку на Владимирском проспекте. Кроме того, предприниматели развивают второй проект – бар **Mishka**.



www.vk.com/belyash1000

Также **АНТОН БЕЛЯНИН** (группа «Два самолета») стал совладельцем петербургских баров «**Грибоедов**» и «**Святые угодники**».

## ЭПОХА РЭПЕРОВ



www.instagram.com/p/ByZBB-DF\_bq/

Известные персоны не всегда открывают рестораны с нуля: их также привлекают существующие проекты, как это случилось с музыкантом **ВАСИЛИЕМ ВАКУЛЕНКО**, известным как Баста. Он начал сотрудничество с сетью реберных Frank после посещения одного из трех петербургских ресторанов: рэпера привлекла концепция, признавались в компании. В результате первая точка «**Frank by Баста**» открылась в апреле этого года в Москве на улице Рождественке.

ООО «Фрэнк бай Баста» было учреждено 18 марта 2019 года. Музыканту принадлежит 15% компании, **НИКОЛАЮ ФЕДОРОВУ** и **АЛЕКСЕЮ РОДИОНОВУ-ЗРАЖЕВСКОМУ** – по 21,25%, а их партнеру **ИЛЬЕ КЛОЧКОВУ** – 42,5%. Баста отвечает в проекте за рост узнаваемости, а остальные партнеры занимаются «физическим наполнением», рассказал Родионов-Зражевский.



Площадь московского заведения составляет 200 кв. метров, оно рассчитано на 130 посадочных мест. Рестораторы сохранили концепцию, а меню несущественно изменили: в основном оно включает ребра, шаверму, куриные крылья и пр. Средний чек в столице на 10–15% выше, чем в Петербурге, и составляет 1,2 тысячи руб.

Открытие ресторана Frank в Петербурге стоит примерно **20–25 млн руб.**, однако в столице цена выше с учетом индексации арендной ставки в центре города. Срок окупаемости достигает трех-пяти лет.



архив Алексея Родионова-Зражевского

В Петербурге мы планируем продолжать развивать аутентичные точки Frank, у нас не охвачены еще пара районов города».

**Алексей РОДИОНОВ-ЗРАЖЕВСКИЙ**, совладелец сети реберных Frank

# ТАЛАНТ – В ЗЕМЛЮ!



*Если составить список селебритис, имеющих прямое отношение к виноделию, счет пойдет даже не на десятки, а на сотни и сотни. Звезды первой величины в какой-то момент жизни вдруг добавляют к своей яркой карьере еще одну грань – по сути, крестьянскую. И нередко добиваются успеха и здесь.*

✍️\_АЛЕКСЕЙ ДЕНИСОВ / 🖼️\_КОЛЛАЖ МАРИНА КАМИНСКАЯ

**УДИВЛЯТЬ** это не должно, ведь по-настоящему талантливый человек талантлив во многом. Но вот зачем этим замечательным людям, уже всем и всё доказавшим, еще и виноделие? Для одних это чистый бизнес, для кого-то – возможность конвертировать свою известность во что-то еще. Для третьих – зов родной земли. И почти для каждого – некая отдушина, подобная загородным дачным участкам технической и творческой интеллигенции времен СССР. Возможность оторваться от рутины

и побыть на природе. Ну и, разумеется, слегка похвалиться перед друзьями, угощая их вином собственного производства.

Бывает, звезды только разрешают использовать свое имя на этикетке, не участвуя никоим образом в процессе создания вина. Как в свое время Боб Дилан и Карлос Сантана. Но все-таки для большинства селебритис, чьи имена значатся на этикетках (кстати, значатся далеко не всегда), виноделие – это всерьез.

## ТАКОЕ КИНО

Пожалуй, самый известный «винный роман» – это история любви культового кинорежиссера **ФРЕНСИСА ФОРДА КОППОЛЫ** и довольно крупного калифорнийского хозяйства **НIEBAUM**, викторианского особняка с окрестными виноградниками (суммарно – 630 га сельхозугодий), купленного Копполой и его женой Элеонорой в далеком 1975 году. К тому моменту Френсис уже прогремел на весь мир двумя «Крестными отцами», и все заработанные немалые средства было решено «закопать в землю». Однако на этом все могло сразу и закончиться. Коппола ввязался в откровенную авантюру: начал снимать фильм «Апокалипсис сегодня» на собственные деньги. Съёмки затянулись, расходы довольно быстро превыси-

ли изначальную смету, и режиссеру пришлось заложить любимое имение. Риск был высочайшим, но все-таки судьба оказалась милостива. Фильм удалось доснять, благополучно смонтировать, и первая же, еще сырая версия с ходу получила «Золотую пальмовую ветвь» в Каннах-1979. Затем последовали три номинации на «Оскар» (правда, за такую чрезвычайно неполиткорректную картину ни одного так и не дали), «Золотой глобус» за лучшую режиссуру и... порядка 100 млн долларов выручки.

В 1982 году консультантом Копполы стал великий русский винодел Андрей Челищев, и спустя три года миру было явлено первое творение винодельни Niebaum-Coppola – выдержанное красное вино Rubicon 1978 (классиче-



ский бордо-бленд). Публика приняла «дебю-  
танта» очень тепло, «и все заверте...» Со вре-  
менем в процесс виноделия включились и дети  
Копполы – **РОМАН** и **СОФИЯ**. У каждого сегодня  
– своя линейка вин. И если Роман специализи-  
руется на классических красных винах в рон-  
ском стиле, то София ударились в авангард:  
выпускает игристые вина в нахальных алюми-  
ниевых банках (наряду с классической бутыл-  
очной упаковкой). Комплект из четырех ба-  
нок розового шипучего по 187 мл стоит в роз-  
ницу 20 долларов. Бизнес процветает.



Не остались в стороне и киноактеры. Прежде  
всего, **ЖЕРАР ДЕПАРДЬЕ**, **ПЬЕР РИШАР** и **АНТО-  
НИО БАНДЕРАС**. Депардье и Ришар не стали  
сильно сорить деньгами и купили небольшие  
винодельни не в престижном Бордо, а в более  
скромных регионах.

Первый – в долине Луары (**CHATEAU DE  
TIGNE**), второй – в Лангедоке-Руссийоне  
(**CHATEAU BEL EVEQUE**). Понятно, что появля-  
ются они в своих имениях только в промежут-  
ках между съемками, а процессом виноделия  
занимаются нанятые специалисты. Но получа-  
ется в целом неплохо. А если повезет, и вы за-  
станете кого-то из этих великих актеров до-  
ма, можно потом об этой встрече вспоминать  
и рассказывать друзьям всю жизнь. Гостей из  
России в этих местах любят.

А вот у Антонио Бандераса дело не пошло.  
В 2009 году он купил 50% акций небольшой  
винодельни в Рибера-дель-Дуэро, чуть позже  
с помпой представил свои вина в США, а затем  
все затихло. Вина под маркой Anta Banderas  
все еще выпускаются, но рейтинги у них край-  
не невысокие.



Вслед за Копполой в виноделие потянулись  
его коллеги по кинематографическому ре-  
меслу. Одна из самых успешных попыток по-  
лучилась у новозеландского кинорежиссера и  
оператора, давнего соратника Алана Паркера  
– **МАЙКЛА СЕРЕЗИНА**. Да-да, того самого, что  
снимал «Полуночный экспресс» и «Сердце ан-  
гела», а позднее, уже с Альфонсо Куароном, –  
«Узника Азкабана».

В 1992 году Майкл основал винодельню у  
себя на родине, близ города Бленем (в самом  
лучшем регионе страны – Мальборо), нарек ее  
**SERESIN ESTATE** и принялся делать отличные  
вина из сорта Пино Нуар в тонком бургунд-  
ском стиле. На радость и ценителям, и приди-  
рчивым винным критикам вроде Стивена Спурье  
и Дженсис Робинсон.



## ДЕЛА СЕМЕЙНЫЕ

Участник звездного дуэта **«АЛЬ БАНО И РОМИНА ПАУЭР»** – Аль-  
бано Карризи – увлекся виноделием, что называется, по веле-  
нию крови. Отец знаменитого певца, Кармело Карризи, был ви-  
ноградарем и с детства привил сыну уважение к крестьянско-  
му труду. «Я помню, как отец учил меня избавлять виноградник  
от сорняков, – вспоминает сегодня Аль Банно. – Он говорил мне  
тогда: “Если ты отдаешь земле, земля отдает тебе”. И я понял,  
что еще до создания вина, на самом винограднике, ты дела-

ешь глоток мудрости... А потом, позднее, ког-  
да я покидал родной дом, чтобы начать карье-  
ру певца, я пообещал себе, что однажды вер-  
нусь сюда и построю винодельню в честь сво-  
его отца. И я сдержал это обещание...» Певец  
построил в итоге не только новую винодельню  
в родном Челлино-Сан-Марко, но и целый го-  
стиничный комплекс **TENUTE AL BANO**, куда се-  
годня может приехать любой желающий. Ви-  
на честные и интересные. По местным меркам,  
конечно, дороговаты, но в московских ресто-  
ранах продаются неплохо.



Для знаменитого певца **ЛЬЮИСА ЛЬЯКА** (кто-  
рого с полным правом можно называть «ката-  
лонским Высоцким») виноделие – это в опре-  
деленном смысле форма поэзии, сочинитель-  
ства. Потому и проект **CELLER VALL LLACH**, ос-  
нованный Льяком и его другом Энрико Ко-  
стой в Приорате в начале 1990-х, еще когда  
Льяк активно гастролировал, получился очень  
успешным. Перфекционизм во всем – хорошее  
подспорье для дела... Сегодня Льяк делит свое  
время между винодельней и политической де-  
ятельностью. Последняя, к слову, не менее ин-  
тересна: его авторитет на родине непре-  
рывается. Еще во времена Франко голос Льюи-  
са Льяка называли «голосом свободы», а пес-  
ня L'Estaca, написанная в 1968 году, и поныне  
является гимном движения за независимость  
Каталонии.



Поклонники творчества **ЛУИЗЫ ЧИККОНЕ**, бо-  
лее известной как Мадонна, могут порадовать  
себя продукцией ее семейной мичиганской ви-  
нодельни **CICCONE VINEYARD AND WINERY**, ко-  
торой заведует папа – Тони Чикконе. Подоб-  
ная радость есть и у фанатов **БРЭДА ПИТТА**, ко-  
торому принадлежит прованское хозяйство  
**CHATEAU MIRAVAL**. Ну а те, кто еще со времен  
СССР сохнет по британскому певцу **КЛИФФУ  
РИЧАРДУ**, могут поискать в западных магази-  
нах португальские вина от **ADEGA DO CANTOR**.  
Это – его.



В России в виноделии пока что «окунают-  
ся» преимущественно банкиры и страховщи-  
ки. Люди искусства – куда реже. Из серьезных  
виноделов навскидку вспоминается разве что  
анапский художник и реставратор **ГЕННАДИЙ  
ГЕНЕРАЛЕНКО**, который производит свои вина в  
крайне малых количествах – на манер бордо-  
ских «гаражистов». Впрочем, были бы деньги  
и желание, а интересные территории для ви-  
ноградарства на юге России всегда найдут-  
ся. Равно как и знающие люди, которые помо-  
гут сделать хорошее вино. Те же супер-масте-  
ра Мишель Роллан и Риккардо Котарелла уже  
проложили к нам дорогу...

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД ПОМОЩИ ПОЖИЛЫМ ЛЮДЯМ «ДОЛГО И СЧАСТЛИВО»\* ПРОСИТ О ПОМОЩИ СВОИМ ПОДОПЕЧНЫМ:

# ПОМОЖЕМ НАШИМ СТАРИКАМ!

**БЛАГОДАРИМ ЧИТАТЕЛЕЙ «БИЗНЕС ДНЕВНИКА» ЗА ОКАЗАННУЮ ПОМОЩЬ, БЛАГОДАРЯ КОТОРОЙ: Надежде Алексеевне Савиной** передан запас высокоэффективного препарата «Форстео» для курсового лечения тяжелого остеопороза. **Людмиле Васильевне Денисовой** переданы дорогостоящие лекарства для лечения заболеваний, сопутствующих рассеянному склерозу. **Инне Борисовне Липовской** и **Глафире Федоровне Павловой** переданы современные цифровые слуховые аппараты. Теперь они смогут полноценно общаться, слушать радио и смотреть телевизор.

*Наши подопечные от всей души благодарят каждого, кто откликнулся и поддержал их в тяжелый момент.*

**БАУБЕКОВА Наталья Алексеевна, 70 лет.**

**НУЖНА ПОМОЩЬ: лекарственные препараты для восстановления после инсульта.**

Стоимость: **66 100 руб.**



Работа – это все, что держит сейчас 70-летнюю Наталью Алексеевну. Всю жизнь она посвятила научным исследованиям на стыке биологии и медицины. Даже на пенсии наша героиня безвозмездно помогает с исследованиями молодым коллегам. Наталья Алексеевна всегда обожала учиться: окончила школу на «отлично», блестяще защитилась в университете. Талантливого сотрудника охотно взяли в Институт усовершенствования врачей, где она защитила диссертацию и стала кандидатом биологических наук. Недавно женщина перенесла тяжелый инсульт. Для успешного восстановления ей нужны современные качественные препараты, которые, к сожалению, не входят в перечень льготных лекарств. Купить их самостоятельно не получается: треть пенсии в 17 тысяч руб. уже уходит на базовые лекарства, еще треть – на квартплату, на остальное надо как-то жить. Помочь пожилой женщине некому. Наталья Алексеевна надеется на помощь добрых людей, ведь ей еще есть что дать миру.

**ОТРЕПЬЕВА Тамара Сергеевна, 72 года.**

**НУЖНА ПОМОЩЬ: лекарственный препарат «Форстео» для лечения тяжелого прогрессирующего остеопороза.**

Стоимость: **249 500 руб.**



Всю свою сознательную жизнь Тамара Сергеевна посвятила музыке и детям. Окончив музыкальную школу по классу фортепиано, она поступила в училище, потом – в Институт культуры. В этом году планирует отпраздновать 50-летний юбилей педагогической деятельности в музыкальной школе Петергофа. 12 лет назад у женщины диагностировали остеопороз. Она немедленно приступила к лечению, много гуляла, занималась спортом. Когда из-за отсутствия нужного препарата в аптеках Тамара Сергеевна несколько месяцев не могла получить лечение, практически остановленный остеопороз вернулся с новой силой. Теперь, по мнению лечащего врача, осталась последняя надежда – препарат «Форстео», который может не только остановить болезнь, но и мягко нарастить утраченную костную ткань. Стоит лекарство 250 тысяч руб. за курс, такую сумму невозможно накопить с пенсии. Если не начать лечение, то пенсионерку уже в самом ближайшем будущем ждут многочисленные переломы. Друзья, давайте поможем заслуженному педагогу.

**БФ «ДОЛГО И СЧАСТЛИВО» ОТ ВСЕЙ ДУШИ БЛАГОДАРИТ КОРПОРАТИВНЫХ ЖЕРТВОВАТЕЛЕЙ ЗА ПОДДЕРЖКУ ПОДОПЕЧНЫХ ФОНДА:**

• АО «АЛАДУШКИН Групп» • ООО «Спасибо!» • Благотворительный фонд «БлагоДаря» • Благотворительный фонд «Нужна помощь» • Добро Mail.Ru • ЧОУ ДПО «Лингвоэксперт»  
• ПАО «Ростелеком» • ООО «Фильтр СПб» • ООО «ТРАНСПОРТНЫЕ ЛИНИИ» • ООО «ПРОД-СТ»

**ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ:** • Гафурова Наиля Римовича • Жукова Андрея Вилорьевича • Хашуева Увайса Абдулхакимовича • Борисову Лидию Юрьевну  
• Доронькина Алексея Николаевича

\* партнер «Бизнес Дневника» – фонд «Жить долго и счастливо» – единственный в Петербурге, который оказывает поддержку исключительно старшему поколению.

**БИЗНЕС ДНЕВНИК**  
п е т е р б у р г с к о е д е л о в о е о б о в р е н и е

Издание зарегистрировано Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Северо-Западному федеральному округу. Свидетельство ПИ № ТУ78-01454 выдано 13 ноября 2013 г.

www.businessdnevnik.ru

ТИРАЖ 10 000 экз.  
ПЕРИОДИЧНОСТЬ – 1 РАЗ В МЕСЯЦ.  
РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ БЕСПЛАТНО.

Учредитель, издатель и распространитель: ОАО «Информационно-издательский центр Правительства Санкт-Петербурга «Петроцентр».  
Адрес издателя и редакции: 197046, СПб, ул. Чапаева, 11/4, лит. А;  
тел./факс: +7 (812) 346-46-92. E-mail: reklama@petrocentr.ru

ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ  
Тел. +7 (812) 346-46-92  
reklama@petrocentr.ru

Генеральный директор  
и главный редактор: Яковлева Л.В.

Отпечатано в ООО «Типографский комплекс «Девиз»:  
195027, СПб, ул. Якорная, д. 10, лит. А, пом. 44. Заказ № ТД-6418

Перепечатка, использование материалов частично или полностью без разрешения редакции запрещены. Точка зрения обозревателей не обязательно совпадает с мнением редакции. Все рекламируемые товары и услуги имеют необходимые лицензии и сертификаты. Редакция не несет ответственности за достоверность информации, содержащейся в рекламных объявлениях и материалах.  
Дата выхода в свет: 05.11.2019

## МЕСТА РАСПРОСТРАНЕНИЯ

- ➔ В Смольном;
- ➔ В органах исполнительной власти Санкт-Петербурга:
  - в комитетах правительства СПб,
  - в администрациях районов СПб;
- ➔ В ЗакС Санкт-Петербурга;
- ➔ В бизнес-центрах и офисах предприятий;
- ➔ В поездах «Сапсан»;
- ➔ В аэропорту Пулково: бизнес-авиация;
- ➔ В Едином центре предпринимательства (Полюстровский пр., 61);
- ➔ В отелях Северной столицы;
- ➔ В конгрессно-выставочном центре «Экспофорум»;
- ➔ В выставочном центре «Ленэкспо»;
- ➔ В ресторанах, медицинских центрах, VIP-такси.

● НАС ЧИТАЕТ ВЛАСТЬ ● НАС ЧИТАЕТ БИЗНЕС ● НАС ЧИТАЕТ ГОРОД



**ДОРОГИЕ ДРУЗЬЯ!**  
**ДЕЛАЙТЕ СТАВКУ НА ЯРКУЮ РЕКЛАМУ!**  
**+7 (812) 346-46-92**

РЕКЛАМА

# ВАША ТЕРРАСА С ВИДОМ НА ПЕТРОГРАДКУ

Нева, сады и парки —  
всё в пешей доступности