БИЗНЕС дневник

петербургское деловое обозрение

СЕНТЯБРЬ 2019 |№ 50|

_ИНТЕРПРЕСС

16+

ЧЕМ ЖИВЕТ ЗАВОД?
|→| стр. 4

ЧТО ДУМА ДУМАЕТ?
|→| стр. 17

КАК ДЕЛАЮТ БИЗНЕС НА ШКОЛЕ?
|→| стр. 22

ЖЕЛЕЗНЫЙ ХАРАКТЕР

НУЖЕН, ЧТОБЫ УПРАВЛЯТЬ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМ БИЗНЕСОМ

|→| стр. 6

DIPLOMAT**
MENSWEAR

*Дигель. Концепция мужской одежды. **Дипломат
реклама

СОДЕРЖАНИЕ:

ПРОИЗВОДСТВО	**ЧЕМ ЖИВЕТ ЗАВОД** *Промышленные предприятия Санкт-Петербурга показывают более уверенный рост, чем по стране в целом. Цифры, мнения и факты помогают понять, как реально обстоят дела в этой сфере.*	4
ИНТЕРВЬЮ	**ЗАДАЧА – ПОДДЕРЖИВАТЬ РОСТ** *Председатель Комитета по промышленной политике, инновациям и торговле Юрий Калабин рассказал о том, где будет искать точки роста для петербургских предприятий.*	6
ТЕХНОЛОГИИ	**ДЕВИЗ: ПОЛИГРАФИЯ СНОВА В ТРЕНДЕ!** *О том, почему в кризис стоит наращивать обороты и не скупиться на новейшие технологии.*	8
ОБЗОР РЫНКА	**РЕМОНТ В БОЛЬШОМ ГОРОДЕ** *Как и всё в сфере услуг, этот бизнес имеет «50 оттенков серого» и белый сегмент.*	10
КОНКУРЕНЦИЯ	**ЧТОБЫ КЛИНИНГ НЕ ЗАКЛИНИЛО** *Почему уборка – это домашняя работа, а клининг – уже бизнес?*	12
ПРОБЛЕМА	**УЙТИ НЕЛЬЗЯ ОСТАТЬСЯ** *Для хостелов Санкт-Петербурга наступает время «Ч».*	14
БИЗНЕС	**ЗАКОН НЕЧАЯННО НАГРЯНЕТ...** *В кулуарах Госдумы обсуждается возможность полного запрета на ведение бизнеса в жилищном фонде.*	17
ОБЗОР РЫНКА	**БИЗНЕС НА «ЛУЧШЕМ ПОДАРКЕ»** *Вопреки прогнозам, электронная книга так и не вытеснила бумажную.*	20
ОБРАЗОВАНИЕ	**ДОРОГАЯ ШКОЛА** *Куда стремятся цены, и как чувствуют себя на этом рынке предприниматели Петербурга.*	22
ЭПОХА	**ЗАДОЛГО ДО «ВСЕОБЩЕГО БЕСПЛАТНОГО»** *Как обстояли дела с подготовкой к новому учебному году в столице Российской империи.*	25
ФАСТФУД	**КОГО СЪЕДЯТ ФУД-ХОЛЛЫ** *Будет ли новый формат соперничать с классическими фуд-кортами?*	28
ТРЕНДЫ	**РИБАЙ – НА АДРЕС!** *Сегмент рынка доставки еды для тех, кто любит красиво поесть, набирает обороты.*	30
ДОСУГ	**НЕВИННАЯ ЭКСПАНСИЯ** *Как французы обращают в свою «пьянящую» веру целые страны и континенты.*	32
СОЦИУМ	**ПОМОЖЕМ НАШИМ СТАРИКАМ!** *Давайте вместе с фондом «Жить долго и счастливо» поддерживать пожилых людей.*	34

афиша событий

3–24.09

«ШКОЛА ФРАНЧАЙЗИНГА»

Курс рассчитан на тех, кто планирует купить франшизу или на основе действующего бизнеса создать собственную. В «Школе франчайзинга» можно приобрести практические бизнес-навыки для создания и покупки франшиз, получить экспертное консультационное сопровождение.

ЦЕНТР РАЗВИТИЯ И ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА. ПОЛЮСТРОВСКИЙ ПР., 61

12.09

ПЯТЫЙ ФОРУМ ПРОМЫШЛЕННОЙ АВТОМАТИЗАЦИИ

Одно из крупнейших мероприятий по промышленной автоматизации в СЗФО. Форум объединяет в себе выставочную экспозицию и деловую программу: панельные дискуссии и тематические сессии. Мероприятие дает возможность ключевым игрокам и лидерам рынка промышленной автоматизации обменяться мнениями о новых тенденциях в отрасли, представить новинки и обсудить их применение на практике.

КОНГРЕСС-ЦЕНТР «ЛЕНПОЛИГРАФМАШ». ПР. МЕДИКОВ, 3, К. 5

12–13.09

INWETEX-CIS

международная туристская выставка

Крупнейшая туристская выставка на Северо-Западе России, которая ежегодно собирает более 300 представителей рынка туристических услуг из более чем 30 стран мира.

ЭКСПОФОРУМ. ПЕТЕРБУРГСКОЕ ШОССЕ, 64/1

16–20.09

«АЗБУКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ»

тренинг

«Азбука предпринимателя» ориентирована на обучение потенциальных и начинающих предпринимателей разработке бизнес-плана с целью дальнейшей реализации проекта и запуска нового дела.

ЦЕНТР РАЗВИТИЯ И ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА. ПОЛЮСТРОВСКИЙ ПР., 61

17–20.09

«НЕВА 2019»

выставка-конференция по гражданскому судостроению, судоходству, деятельности портов, освоению океана и шельфа

Мероприятие является общепризнанной B2B площадкой для развития международного и межрегионального сотрудничества, где происходит плодотворный диалог экспертов и специалистов об актуальных вопросах гражданского судостроения, производства технических средств и оборудования для освоения океана и его шельфа, включая Арктические регионы и Северный морской путь. Также центральными темами являются тренды развития судоходства, рыбопромыслового и специализированного флота, модернизации парка портовой техники.

26–27.09

SMART OIL & GAS 2019

V Федеральный ИТ-форум нефтегазовой отрасли России

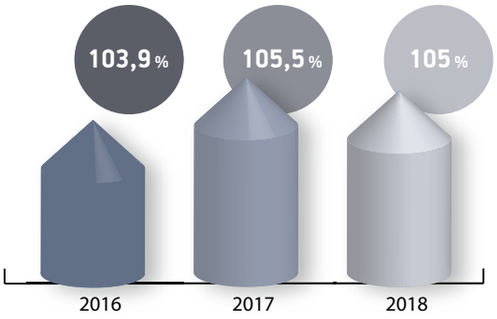
Конференция международного масштаба по взаимодействию нефтегазовых организаций с правительственными структурами. На мероприятии ожидается собрание представителей разных сфер деятельности, которые так или иначе связаны с нефтегазовой промышленностью.

ЭКСПОФОРУМ. ПЕТЕРБУРГСКОЕ ШОССЕ, 64/1

ИНДЕКС ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА В ПЕТЕРБУРГЕ

(%, по отношению к аналогичному периоду прошлого года)

в январе-декабре

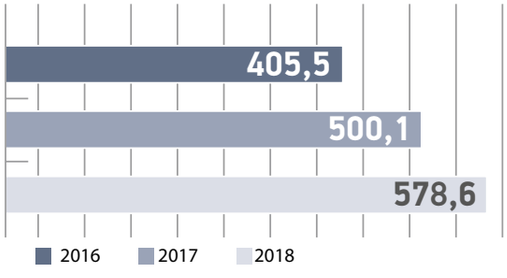


СТРУКТУРА ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА ПЕТЕРБУРГА

2016	2017
750 крупных и средних предприятий	**750** крупных и средних предприятий
23 000 малых предприятий	**20 000** малых предприятий

Объем промышленной продукции, отгруженной заказчикам

ПОСТУПЛЕНИЕ В БЮДЖЕТ НАЛОГОВЫХ ПЛАТЕЖЕЙ И СБОРОВ ОТ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ПЕТЕРБУРГА (в млрд руб.)



ЧЕМ ЖИВЕТ ЗАВОД

10 СЕНТЯБРЯ ОТМЕЧАЕТСЯ ДЕНЬ САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ. ХОРОШИЕ НОВОСТИ: ПРОМЫШЛЕННЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ГОРОДА ПОКАЗЫВАЮТ БОЛЕЕ УВЕРЕННЫЙ РОСТ, ЧЕМ ПО СТРАНЕ В ЦЕЛОМ. ЦИФРЫ, МНЕНИЯ И ФАКТЫ, СОБРАННЫЕ КОРРЕСПОНДЕНТОМ **«БД»**, ПОМОГАЮТ ПОНЯТЬ, КАК РЕАЛЬНО ОБСТОЯТ ДЕЛА НА ЗАВОДАХ И ФАБРИКАХ СЕВЕРНОЙ СТОЛИЦЫ.

_ЮЛИЯ ДЕРЯБИНА

ПЕТЕРБУРГСКАЯ промышленность зародилась 314 лет назад, в момент закладки Петром Первым судостроительного предприятия «Адмиралтейские верфи». Сейчас, по данным Комитета по промышленной политике, инновациям и торговле, в промышленный комплекс города входят около 750 крупных и средних, а также 20 тысяч малых производственных компаний. Они задействованы в сегментах добычи полезных ископаемых, электроэнергетике и обрабатывающем производстве.

По данным Росстата, за первое полугодие 2019 года индекс промышленного производства в Петербурге увеличился на 4,9%, почти вдвое обогнав по темпам роста общероссийские показатели. По России прирост составил 2,6%. Подобный скачок в объемах производства зафиксирован впервые с 2011 года.

Точки роста петербургской промышленности – судостроение, автопром, фармацевтика, выпуск электрооборудования, индустрия моды. Среди отстающих – пищевая отрасль (минус 0,8%) и электроника-оптика (минус 9%). Несмотря на общую положительную динамику, бизнес-сообщество города отмечает целый ряд сдерживающих развитие предприятий факторов: монополию на рынке жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ), отсутствие должной инфраструктуры и дефицит трудовых ресурсов.

Верните конкуренцию в ЖКХ

По мнению Сергея Федорова, председателя правления Ассоциации промышленников и предпринимателей Петербурга, большинство проблем носит системный характер. Так, опасения у бизнеса вызывает контроль до 50% над всей сферой ЖКХ, принадлежащий государственным компаниям, и рост тарифов на услуги. ПАО «ТГК-1», по данным общественника, в этом году собиралось поднять цены на тепловую энергию на 40%. Предотвратить это удалось благодаря вмешательству врио губернатора Александра Беглова.

Уравновесить рынок могли бы небольшие компании, обеспечивающие помещения города энергией, водой и т.д. В высококонкурентных условиях поставщикам

> *Завышенные цены на электричество, тепло и воду – петля на шее реального сектора экономики. Аналогичная проблема разворачивается сейчас в сфере уборки мусора. Расценки на вывоз и утилизацию твердых бытовых отходов в Петербурге из-за ввода единого оператора с 1 января, согласно информации Комитета по тарифам, в разы превысят областные. Например, по статистике, дети в городе производят в шесть раз больше отходов, чем в Ленобласти».*
>
> **Сергей ФЕДОРОВ, председатель правления Ассоциации промышленников и предпринимателей Петербурга**

«Компания получает квоты на иностранных сотрудников, сейчас на предприятии работают 20 специалистов из Индии. Поскольку местный рынок труда пуст, приходится привлекать индусов. Иначе мы не выполним производственный план».

Ирина МИРОНОВА, директор модного дома Lady Sharm

пришлось бы бороться за клиента и снижать цены на услуги.

А кадры где?

Предприятия города продолжают ощущать острую нехватку технических специалистов на рынке. По подсчетам Ирины Мироновой, директора модного дома Lady Sharm, легкой промышленности сейчас недостает около 30% швей. Производству приходится привлекать рабочую силу из-за рубежа.

Часть территории предприятия переоборудована под общежитие. Ремонт помещения и закупка спальных мест обошлись компании примерно в 500 тысяч руб. Привлечь новых мастеров может популяризация профессии, считает эксперт. Сейчас же сложилась такая ситуация, когда швея или конструктор для молодежи перестали быть престижными специальностями.

Тяжелая промышленность также нуждается в кадрах. Например, сварщиков или управляющих станком с числовым программным обеспечением практически нет. По мнению Сергея Федорова, назрела необходимость возврата к системе профессионально-технических училищ. «Пора заканчивать историю с высшим образованием, потому что качество его до сих пор оставляет желать лучшего», – сетует он.

По воде яко посуху

Решение главной задачи для отрасли предложили судостроители. Президент Владимир Путин призвал оборонные предприятия увеличить выпуск высокотехнологичной продукции гражданского и двойного назначения к 2025 году до 30%, а к 2030 году – до 50% от общего объема продукции.

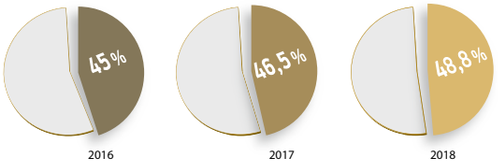
Пока портфель заказов кораблестроителей укомплектован за счет военных судов. Например, Средне-Невский судостроительный завод (СНСЗ) занимается серийным строительством кораблей противоминной обороны проекта 12700 шифр «Александрит». Два корабля завод передал ВМФ РФ, в цехах в разной степени готовности находятся еще пять кораблей проекта. Доля гражданских заказов СНСЗ составляет около 10%.

«Необходимо сконцентрироваться на развитии внутренних водных путей, а также строительстве причальной и туристской инфраструктуры. Нет смысла строить автомобили, если нет дорог, по которым эти автомобили будут ездить.

Современная и доступная инфраструктура создаст условия для развития пассажирских туристических направлений и потребность в обновлении гражданского флота».

Семен ЛИШИЦА,
ведущий специалист по связям с общественностью АО «СНСЗ»
(Средне-Невский судостроительный завод)

ДОЛЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В СТРУКТУРЕ ПОСТУПЛЕНИЙ В БЮДЖЕТНУЮ СИСТЕМУ РФ ОТ ПЕТЕРБУРГА

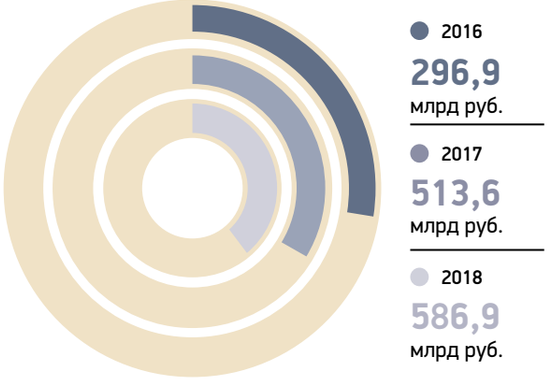


ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ

В промышленности Санкт-Петербурга работали

в 2016 году	в 2017 году	в 2018 году
342,2 тыс. человек,	347,5 тыс. человек,	346,9 тыс. человек.

ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПЕТЕРБУРГА (прибыль)



ИСТОЧНИК ДАННЫХ: ИТОГИ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ В 2016 ГОДУ, СПРАВОЧНИК «ПРОМЫШЛЕННОСТЬ И ИННОВАЦИИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА» – 2016, 2017, 2018.

ЗАДАЧА – ПОДДЕРЖИВАТЬ РОСТ

С 1 АВГУСТА В СТРУКТУРЕ ПРАВИТЕЛЬСТВА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА НАЧАЛ РАБОТУ КОМИТЕТ ПО ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКЕ, ИННОВАЦИЯМ И ТОРГОВЛЕ. ЕГО ВОЗГЛАВИЛ ЮРИЙ КАЛАБИН, РАНЕЕ ЗАНИМАВШИЙ ОТВЕТСТВЕННЫЕ ПОСТЫ В ОАО «РЖД». ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ВНОВЬ СОЗДАННОГО КОМИТЕТА РАССКАЗАЛ **«БД»** О ТОМ, ГДЕ БУДЕТ ИСКАТЬ ТОЧКИ РОСТА ДЛЯ ПЕТЕРБУРГСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ.

_ПРЕСС-СЛУЖБА КППИТ / _ЮЛИЯ ЗАМИЛОВА

ЮРИЙ КАЛАБИН

В 1986 году окончил Ленинградский гидрометеорологический институт по специальности «Гидрофизика».

В 1992 году окончил Международный банковский институт по специальности «Банковское дело».

Работал на ведущих должностях в различных коммерческих структурах Санкт-Петербурга, Москвы и Тюмени.

БД: Как в объединенном комитете будет строиться работа с предприятиями малого бизнеса?

ЮК: Мы объединили все подразделения, которые так или иначе занимаются промышленным производством чего-либо: товаров, работ и услуг – в единый блок, который возглавляет один заместитель председателя комитета. Тем самым мы показываем деловому сообществу, что не делаем разницы между крупным и малым бизнесом. Самое главное, что человек активен, хочет заниматься бизнесом, готов удовлетворять потребности ближнего или дальнего, потенциального потребителя.

Именно это должно быть поддержано всеми фибрами, потому что как минимум эти люди не сидят на шее у государства, у налогоплательщиков. Они обеспечивают себя сами и создают рабочие места. Они заслуживают безусловного признания, одобрения и почета.

БД: Каким отраслям уделяется приоритетное внимание?

ЮК: Считаем, что какое-либо акцентированное отраслевое разделение является архаичным, поскольку синергетический эффект роста лежит как раз в плоскости межотраслевого взаимодействия. Безусловно, в Петербурге есть исторически сильные отрасли, в которых сформированы значительные компетенции: это судостроение, автомобильная промышленность, IT-технологии, производство продуктов питания и многие другие.

Но мы должны поддерживать то, что растет. Быстро растущие компании называют «газелями бизнеса». Я бы их назвал успешными компаниями, которые имеют хорошие позиции на рынке, конкурентоспособны, присутствуют в списках экспортеров города.

Но самое главное, они обладают высокими компетенциями в таком показателе, как производительность труда. Он определяет всё. Опираясь на этот показатель, мы можем сказать, какое из предприятий находится в кризисе или, наоборот, процветает. На мой взгляд, эта цифра в промышленном производстве должна старто-

вать от суммы 6 млн руб. выработки на человека в год (с учетом длины коммерческого цикла). В торговле выше.

В Петербурге немало предприятий, которые растут на 10% в год – значительно быстрее, чем в среднем по статистике. Есть и те, которые дают ежегодный прирост в 100 и более процентов.

Однако имеются и такие предприятия в сфере малого предпринимательства, которые потенциально могут вырасти, но считают такую стратегию рискованной. В частности, некоторые компании пользуются налоговыми льготами, однако при увеличении выручки их теряют – соответственно, теряется смысл роста. Такую ситуацию мы должны исправить.

БД: Сегодня доля малого и среднего производственного бизнеса, по данным статистики, составляет 7%. К 2024 году этот показатель должен быть удвоен. Как Смольный может простимулировать рост?

ЮК: Основной потенциал роста нашей экономики связан с малыми предприятиями, возможно, даже микропредприятиями.

Они обладают коммерческим чутьем, видят клиента, его потребности, спрос и готовы под него подстраивать свое предложение. Это так называемая тянущая модель в экономике, в отличие от толкающей, по которой работает ряд крупных промышленных предприятий.

На изменение существующей системы направлены национальные проекты по развитию малого и среднего бизнеса, экспорта, производительности труда.

Малый и средний бизнес необходимо подключать к большой промышленности, усиливать кооперацию между ними.

В Петербурге есть великолепные предприятия в молочной промышленности, модной индустрии, фармацевтике, косметике. Основная задача не в том, чтобы дать им как можно больше преференций, а в том, чтобы устранить барьеры на пути их развития. На каждом предприятии они свои. Кому-то не хватает площадей, кому-то – доступа к ресурсам. Наша задача – оперативно реагировать и устранять препятствия.

Мы хотим развивать экспортный потенциал наших предприятий. В базе данных комитета – более 400 компаний-экспортеров, которые осуществляют поставки в ближнее и дальнее зарубежье. Поверьте, это высший пилотаж в организации бизнеса!

> *«Важно продвигать идею роста. Заинтересовать предприятия, показать, что это легко, значимо. Общаясь с предпринимателями, я часто вижу, что им нужно просто внимание не столько властей, сколько даже жителей города. И мы можем гордиться нашими рестораторами так же, как и судостроителями. Если бизнес создан профессиональным и неравнодушным человеком, который ведет его красиво, то не жалко орденов, медалей, поцелуев. Шапки вверх и крики "браво"!»*

БД: И все-таки разрабатываются ли новые меры поддержки местной промышленности?

ЮК: Здесь сложно придумать что-то новое. Есть четыре основных меры поддержки: субсидии, то есть безвозвратная помощь государства на развитие той или иной сферы деятельности каждого конкретного предприятия; кредиты; налоговые льготы; подготовка промышленных территорий за счет бюджета для размещения предприятий. Есть еще образовательные программы, консультационная поддержка, но основные стимулирующие мероприятия я перечислил.

Но мы убеждены, что система предоставления разных льгот должна быть заточена под потребности конкретного предприятия, и настроить эту систему они должны сами.

Нужно организовать, на мой взгляд, интерактивный канал общения с очень широким кругом предпринимателей, чтобы понять, что они сами считают наиболее эффективным инструментом поддержки в своей отрасли, ценовой нише и так далее.

БД: В последнее время сформировался тренд на перенос заводских мощностей из «серого пояса» за черту города и массовую жилищную застройку освободившихся пятен. С чем это связано? И как вынос производства на окраины города скажется на состоянии промышленности Петербурга?

ЮК: Рассматривать проблему нужно с двух ракурсов: с точки зрения предприятия и с точки зрения города. Очевидно, они могут входить в противоречие. Есть логистические преимущества от нахождения в центре города: доступность рабочей силы, доступность районной и городской власти, когда это необходимо. Вместе с тем с доставкой сырья и готовой продукции – жуткая беда. Кроме того, старые помещения не предназначены для размещения современного оборудования. Технологии требуют размещать производства в более приспособленных местах.

Как промышленник в прошлом, я убежден, что переносить предприятия надо. Как у чиновника, у меня вопрос: переносить куда?

Существует системная проблема. Собственники многих предприятий обладают гигантским ресурсом – земельным участком под предприятием. Его стоимость очень низкая, пока он находится в категории промышленной зоны. Но если его перевести под жилую застройку, стоимость увеличивается многократно. Для нашего бизнеса гораздо интереснее застроить каждое пятно бывшего предприятия жилыми домами. Но тут возникают проблемы для города, кто строит инфраструктуру на этом участке: дороги, школы, поликлиники. Это будет задачей города, и решить ее он может за счет налогов. Но налоги платит промышленность, бизнес. Город их лишается, когда вместо предприятия возникают жилые дома.

Поэтому мы должны быть озабочены прежде всего появлением правильной модели: в первую очередь решать вопрос создания рабочих мест, обеспечения должного количества и качества рабочих мест. Здесь я полностью поддерживаю главу города, который всегда говорит, что из-за высокой стоимости ресурсов в Санкт-Петербурге рабочие места в городе должны быть высокооплачиваемыми, то есть высокотехнологичными. Подоходный налог 13% с 50 или со 100 тысяч руб. – это абсолютно разные суммы.

Политика комитета будет достаточно жесткой по отношению ко всем возможным перипетиям с переносом предприятий. Каждый конкретный случай будет рассматриваться отдельно: сначала – сохранение высокотехнологичных рабочих мест, потом – варианты перемещения.

БД: Как ведется профессиональная подготовка кадров для промышленных предприятий города?

ЮК: В целом промышленность, безусловно, не удовлетворена существующей системой и качеством подготовки кадров. Мало инженеров, конструкторов, айтишников мало, управленцев тоже мало. К сожалению, до сих пор некоторые предприятия вынуждены решать эту проблему самостоятельно. Наши усилия с Комитетом по образованию пока в недостаточной степени эффективны. Не все зависит от нас, есть еще и федеральные учебные заведения; с преемственностью обучения в техникуме и вузе – свои истории и проблемы. Учебные заведения готовят, простите, полуфабрикат. Только на предприятии выпускник может доучиться и стать специалистом. Необходимо развернуть систему образования лицом к промышленности. Слушать предприятия, менять систему не только на городском, но и на федеральном уровне.

ДЕВИЗ: ПОЛИГРАФИЯ СНОВА В ТРЕНДЕ!

ЕСЛИ ВЫ ДЕРЖИТЕ В РУКАХ СВЕЖИЙ НОМЕР «БИЗНЕС ДНЕВНИКА», ЗНАЧИТ, ТИПОГРАФИЯ «ДЕВИЗ» ОТПЕЧАТАЛА ЕГО КАЧЕСТВЕННО И В СРОК. О ТОМ, КАК ЖИВЕТ ОДИН ИЗ КРУПНЕЙШИХ В РОССИИ ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ КОМПЛЕКСОВ, ПОЧЕМУ В КРИЗИС СТОИТ НАРАЩИВАТЬ ОБОРОТЫ И НЕ СКУПИТЬСЯ НА НОВЕЙШИЕ ТЕХНОЛОГИИ – В МАТЕРИАЛЕ **«БД»**.

_ПРЕСС-СЛУЖБА «ДЕВИЗ» / _ИГОРЬ ФЕДОРОВ

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 на экране.

Ювелирная работа

Численность работников одного из крупнейших полиграфических предприятий города составляет порядка 400 человек. Большей частью это технический персонал, который обеспечивает круглосуточную работу типографии семь дней в неделю. Только в ночь на 1 января производство останавливается, но уже на следующий день печатные машины вновь начинают свою работу. Такой ритм позволяет горожанам регулярно получать газеты, выгодные предложения в каталогах торговых сетей, журналы для мужчин и женщин, детей и родителей, рыбаков и автолюбителей, деловых людей и других читателей.

Генеральный директор типографского комплекса «Девиз» Олег Киселев уверен, что за счет появления новых технологий и оптимизации бизнес-процессов можно добиться еще большего увеличения производительности труда. Другими словами, перспективы для роста есть.

На каждом этапе производства всё выверяется до мелочей: слишком велика цена ошибки, тут почти как у хирургов. «Если все сделают свою работу на "пять", а кто-то на своем этапе – на "три", то вся работа будет неудовлетворительной», – говорит Олег Киселев.

Ставка на модернизацию

В конкурентной борьбе главным козырем производства всегда оставалось наличие современного оборудования. За 25 лет существования компания несколько раз проводила его модернизацию. Хотя на заре становления предприятия – в далеком 1998 году, после очередного финансового кризиса – на рынке ма-

*ГЛАЗАР

ло кто верил в правильность такой инвестиционной стратегии. Спустя несколько десятилетий у «Девиза» нет равных не только на Северо-Западе, но и в средней полосе России.

По словам Олега Киселева, модернизация проводилась не только для улучшения печати, но и для расширения номенклатуры выпускаемой продукции. Изначально типография создавалась для печати черно-белых газет. Однако это очень узкий сегмент рынка и, как показала судьба советских монстров полиграфии – «Лениздата» или Выборгской типографии – путь в никуда.

*«Для нас не существует проблем печатать газеты, журналы, книги или листовки в любом формате и на любой бумаге, – добавляет **Олег Киселев.** – Наш парк оборудования уникален, практически не имеет аналогов в Северо-Западном регионе и позволяет создать выгодное предложение широкому кругу заказчиков: от крупного периодического издания до небольшого тиража рекламной продукции».*

Однако для обслуживания современного оборудования требовались и высококвалифицированные специалисты. «Все наши работники прошли профильное обучение и имеют все необходимые навыки, подтвержденные соответствующими дипломами и сертификатами зарубежных сервисных центров», – отмечает Олег Киселев.

Достаточно одного примера, чтобы судить о высокотехнологичности используемого на предприятии оборудования. В этом году была установлена новая резательная машина, способная хранить в своей памяти до 40 тысяч вариантов резки. Программное обеспечение может автоматически создавать нужный алгоритм на базе файлов, полученных непосредственно от допечатных систем.

Заграница мы поможем

Было время, когда глянцевые журналы и другую высококачественную печать приходилось делать в Финляндии. Сегодня приезд заказчиков из страны Суоми в Петербург – это результат успешной внешнеэкономической деятельности предприятия и его модернизации.

«Мы к финским заказчикам еще не привыкли, хотя уже больше года с ними успешно работаем. Печатаем журналы для финских издательств. Финские коллеги даже проезд к нам на метро в обход пробок освоили: с Финляндского вокзала до "Кировского завода"», – рассказывает замдиректора по ВЭД **Полина Дружинина**.

Сейчас на мощностях типографского комплекса печатается несколько десятков разных наименований финских журналов, а еще поступают заказы из Норвегии, Дании, Швеции.

Новые реалии

«Типография – это не только технология печати, это труд многих специалистов: закупка и поиск нужной заказчику бумаги, верстка, дизайн полиграфии и обязательно логистика», – говорит коммерческий директор **Илья Имамназаров**.

По его словам, комплекс способен выпускать продукцию в эксклюзивных форматах, недоступных другим типографиям. *«У нас хорошие возможности по постпечатной обработке, мы можем производить уникальные комбинированные продукты, причем по конкурентной цене. Например, это рекламный каталог, напечатанный на ротации, в который тут же могут быть вложены какие-то вклейки или листовки»*, – продолжает **Илья Имамназаров.**

Еще одно направление – это работа с государственными и корпоративными заказчиками. «За много лет мы накопили хороший опыт в сфере государственных и корпоративных закупок. Многие дочерние компании российских гигантов доверяют нам. Им выгодно: сделать быстрее, дешевле и без потери качества вряд ли где еще получится», – резюмирует он.

ИНТЕРЕСНАЯ СТАТИСТИКА

Площадь Санкт-Петербурга «ДЕВИЗ» может покрыть запечатанными листами всего за год работы!

А если взять всю бумагу, которую типография использует за месяц, и растянуть в одну линию, то она обернет Землю по экватору.

Вечный поиск

В стремлении освоить новые рынки, привлечь интересных заказчиков представители типографии участвуют, казалось бы, в самых неожиданных мероприятиях. В июне они выступают на деловом завтраке с ритейлерами, а в сентябре уже собираются в столицу на международную фэшн-выставку.

Как уже было сказано, продукция комплекса тесно вплетена в ежедневную жизнь города и его жителей, в том числе малышей: «Фиксики», «Лошадки Filly», «Ми-Ми-Мишки», «Шопкинсы» – все эти журналы о приключениях детских героев печатаются в Петербурге. К слову, «Девиз» прошел специальную сертификацию, в процессе которой проверялись социальная ответственность бизнеса, его соответствие экологическим нормативам. Именно этот факт позволяет печатать продукцию с героями Disney и Marvel.

В преддверии 1 сентября производство активно работает над заказами к новому учебному году. Помимо обыденных школьных тетрадок, петербургские полиграфисты печатают различную продукцию для школьников. Если обобщить, то это своеобразный сегмент канцелярской продукции и упаковки: раскраски, цветная бумага, обучающая и развивающая литература, листы для творчества, скрапбукинга и др.

Интеграция с диджитал

Появление цифровых носителей многие аналитики поспешили окрестить закатом полиграфии. Однако время показало, что списывать полиграфию со счетов преждевременно. Доступность информационных технологий для общества привела к резкому росту количества спама и цифрового шума. С годами отыскать или донести до потребителя важную или нужную информацию становится все более проблематично. Как следствие, возникла острая необходимость в новом способе взаимодействия с потребителем. Печатная продукция обрела второе дыхание.

«Печать выделяется среди других носителей, так как увеличивает время контакта потребителя с информацией и, согласно исследованиям, выводит на новый уровень доверия. Все это вызвало новый скачок популярности полиграфии и в бизнес среде, и у потребителей», – резюмирует генеральный директор типографского комплекса **Олег Киселев**.

«PAPER IS A NEW LUXURY» – новое кредо компании, которое задает тренд на полиграфию. Бумага – королевский путь к потребителю. Однако «Девиз» не стал бы лидером отрасли, если бы не интегрировал в работу новые технологии. Об этом Олег Киселев пообещал рассказать при следующей нашей встрече, а пока предложил установить на свой смартфон приложение GlazzAR, навести камеру на изображение в статье и окунуться в жизнь типографского комплекса, такую, какой ее увидел автор.

РЕКЛАМА

РЕМОНТ В БОЛЬШОМ ГОРОДЕ

ЛЕТО-ОСЕНЬ В ПЕТЕРБУРГЕ – ТРАДИЦИОННАЯ ПОРА РЕМОНТОВ. КАК И ВСЁ В СФЕРЕ УСЛУГ, ЭТОТ БИЗНЕС ИМЕЕТ «50 ОТТЕНКОВ СЕРОГО» И БЕЛЫЙ СЕГМЕНТ. У КОГО ПЕРСПЕКТИВ БОЛЬШЕ, ПРОАНАЛИЗИРОВАЛ КОРРЕСПОНДЕНТ **«БД».**

_ИНТЕРПРЕСС / _ЮЛИЙ ХАРИТОНОВ

«Главная проблема ремонтно-строительной отрасли в Санкт-Петербурге – избыток неквалифицированного предложения. Я не стану говорить про частников, они всегда были и будут в своей нише, многим людям работать с ними и дешевле, и комфортнее.

Я про другое. С тех пор как на эти виды работ отменили ГОСТы и вывели их из обязательного перечня работ, регулируемых СРО, на рынке появилось огромное количество непрофессиональных участников, готовых взяться за что угодно. Даже за реставрацию. И они умудряются выигрывать тендеры. Результаты их деятельности мы потом видим не только в наших квартирах, но даже и на улицах, в историческом центре города. То есть ремонтная деятельность фактически никем не контролируется и никак не регламентируется. Я уже не говорю о просто мошенниках, которых в этой области предостаточно».

Игорь ПЕТРОВ,
директор строительной компании «СК ПиК»

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ – второй после Москвы город в стране по объемам ремонтно-строительных услуг. И это понятно: исторический центр, зачастую не видевший ремонта еще с царских времен, спальные районы ветшающих хрущевок и многоэтажные новоделы, появляющиеся на каждом доступном пятне застройки.

Всё это разнообразие требует периодического ремонта.

Несмотря на то, что в процесс вовлечено огромное количество людей, сектор строительно-ремонтных услуг – один из самых закрытых в силу того, что и заказчики, и исполнители зачастую не стремятся афишировать свои взаимоотношения. Достоверно можно сказать, что в Санкт-Петербурге на этом рынке присутствуют не менее 2 тысяч компаний, от летучих бригад гастарбайтеров с непонятным юридическим статусом до строительных монстров с многолетней историей.

ДЛЯ СПРАВКИ:

ОБЪЕМ РЫНКА РЕМОНТНО-СТРОИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА ЭКСПЕРТЫ ОСТОРОЖНО ОЦЕНИВАЮТ В ПРЕДЕЛАХ ОТ

50 до 100

МЛРД РУБ. В ГОД. БОЛЕЕ ПОЛОВИНЫ ЭТИХ ДЕНЕГ ВРАЩАЮТСЯ В ТЕНЕВОМ СЕКТОРЕ.

ПО СВЕДЕНИЯМ КОМИТЕТА ПО СТРОИТЕЛЬСТВУ, В ИЮНЕ 2019 ГОДА В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ БЫЛО ВВЕДЕНО В ЭКСПЛУАТАЦИЮ

107 068,8

КВ. МЕТРОВ ЖИЛЬЯ, 68 ДОМОВ НА 1 716 КВАРТИР, ВКЛЮЧАЯ ИНДИВИДУАЛЬНОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО. БОЛЕЕ ПОЛОВИНЫ ЭТИХ КВАРТИР ПРОДАЮТСЯ БЕЗ ОТДЕЛКИ.

Условно их можно разделить на три группы, каждая из которых занимает свою специфическую нишу.

Частные лица и бригады действуют без образования юридического лица и набирают рабочих из ближнего зарубежья, отличаются невысокой стоимостью услуг и работают исключительно с населением. Все договоренности устные. Какая-либо гарантия отсутствует. Решают в основном задачи косметического ремонта. Покраска потолков, замена обоев, установка новых розеток, выключателей, смесителей. Такой ремонт проводится в среднем раз в пять лет.

- **Диапазон цен на «косметику» в СПб может колебаться в пределах 2–4 тысяч руб. за кв. метр без учета материалов.**
- **Суммарная стоимость – до 200 тысяч руб.**
- **Этот вид ремонта предпочитает большинство – 60% заказчиков.**

Небольшие специализированные компании – это уже юридические лица, имеющие в штате нескольких профессиональных производителей работ, которые обычно нанимают независимых исполнителей из первой группы. Предпочитают работать с населением, но не отказываются от работы с другими юрлицами, участвуют в тендерах. Более половины подобных компаний даже не имеют собственного офиса. Заключают договоры, но в случае каких-либо претензий легко могут исчезнуть. Такие организации охотно берутся за более сложные работы – так называемый «евроремонт». Предлагается выравнивание стен и полов, монтаж натяжных потолков, установка металлопластиковых окон, замена сантехники, кафеля, напольных покрытий и межкомнатных дверей.

- **Стоимость работ в этом классе начинается от 4 тысяч руб. за кв. метр и может доходить до 10 тысяч руб.**
- **По плечу подобным организациям бывает и комплексный капитальный ремонт с заменой инженерных коммуникаций и перепланировкой помещений.**
- **Стоимость подобных работ может доходить до 1 млн руб. Хорошо выполненный, такой ремонт прослужит десятилетия.**
- **Услугами этих компаний пользуются около 30% заказчиков.**

Наконец, крупные ремонтно-строительные компании. Выполняют работы любой сложности, набирают в штат квалифицированных профессионалов с большим опытом. Работают преимущественно с юрлицами. С частными заказчиками стараются работать только в категории элитный ремонт или «евролюкс». Это вершина ремонтной отрасли. Технически выполняются все задачи, связанные с комплексным капитальным ремонтом. Используются экологически чистые материалы самого высокого качества. Отделочные работы производятся мастерами-реставраторами.

- **Цены на подобный ремонт являются коммерческой тайной и не разглашаются.**
- **Разговор начинается от 1 млн руб.**
- **Клиентов таких компаний меньшинство – около 10%.**

Как бы то ни было, уже сейчас можно заметить некие тенденции перехода к более цивилизованным отношениям в этом секторе. Многие горожане, столкнувшиеся с последствиями неквалифицированного ремонта и отсутствием каких-либо гарантийных обязательств, предпочитают больше не пользоваться услугами случайных строительных бригад. Да и сами строители все-таки пытаются найти новые подходы к организации ремонтных работ, другие форматы общения с клиентами.

«Когда мы решили заняться квартирным ремонтом, мы даже не предполагали, что со временем этот эксперимент превратится в отдельное подразделение, на которое приходится значимая часть наших оборотов. Что стало понятно за эти годы: в сфере ремонта квартир самое главное – гибкость, многопрофильность и ответственность... Что еще важно – к собственникам жилья приходит понимание, что в современных домах полно сложного оборудования, способного в случае поломки нанести значительный ущерб не только владельцам квартиры, но и соседям вокруг. Это касается водоснабжения, систем отопления, электропроводки. Нельзя доверять монтаж или ремонт этих систем случайным людям. Поэтому все наши специалисты проходят в компании обязательное обучение, прежде чем приступить к самостоятельной работе. И никакого аутсорсинга. Всю ответственность, гарантии за качество ремонта компания берет на себя. Может, поэтому наше ремонтно-строительное подразделение не только оставалось на плаву даже в самые тяжелые времена, но и продолжает расти и развиваться. И да, мы никогда не удаляем отрицательные отзывы о нас с нашего сайта».

Денис СОРОКИН, генеральный директор компании «Ленремонт»

ПОПРАВКИ К ЗАКОНУ 54-ФЗ

С 1 ИЮЛЯ 2019 ГОДА ОБЯЗЫВАЮТ ВСЕ ЮРИДИЧЕСКИЕ ЛИЦА И ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ ПРЕДОСТАВЛЯТЬ КАССОВЫЙ ЧЕК НА ВЫПОЛНЕННЫЕ РАБОТЫ В ЭЛЕКТРОННОМ ВИДЕ. ЭТО ПОЗВОЛИТ ВЫВЕСТИ ВСЕ РАСЧЕТЫ МЕЖДУ ЗАКАЗЧИКОМ И ИСПОЛНИТЕЛЕМ В СФЕРЕ РЕМОНТНО-СТРОИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ НА НОВЫЙ УРОВЕНЬ.

ЧТОБЫ КЛИНИНГ НЕ ЗАКЛИНИЛО

УБОРКА И КЛИНИНГ – ЭТО ОДНО И ТО ЖЕ ИЛИ ЕСТЬ РАЗЛИЧИЯ? КОРРЕСПОНДЕНТ **«БД»** ВЫЯСНИЛ, ПОЧЕМУ УБОРКА – ЭТО ДОМАШНЯЯ РАБОТА, А КЛИНИНГ – УЖЕ БИЗНЕС.

_СВЕТЛАНА ХОЛЯВЧУК / _АННА ЛАТОНИНА

В ЧАСТНОМ СЕКТОРЕ теневой рынок услуг по уборке пока огромен. На одном только сайте avito.ru можно найти десятки подобных объявлений, «сарафанное радио» тоже не молчит. Львиную долю предложения формируют гости из бывших братских республик, но спрос на них постепенно падает, потому что у заказчика растет осознание: дешево не значит качественно. Заказчики – физические лица тоже хотят гарантий, которые может дать только официальный договор.

Тенденция «обеления» рынка домашней уборки заметна по числу постоянно появляющихся ИП (индивидуальных предпринимателей). В основном это индивидуальный, семейный малый бизнес или группа друзей-единомышленников. Приобретя официальный статус, они не боятся размещать объявления на профильных сайтах-агрегаторах вроде avito.ru, youdo.com или profi.ru, которые в последнее время становятся активными участниками этого рынка.

Более крупные компании с организационно-правовой формой ООО (общество с ограниченной ответственностью) называют свои услуги по уборке «клинингом» и работают исключительно по договорам. Каждая клининговая компания имеет свое направление: у одних в приоритете уборка коттеджей, загородных домов, квартир, у других – гипермаркеты, фабрики, заводы, торгово-развлекательные комплексы.

«Уровень вложений достаточно низкий, но большинство приходящих "бизнесменов" не имеют понимания, где они будут брать клиентов и за счет чего отвоевывать свое место на рынке. Соответственно, как приходят, так и уходят», – рассказывает Александр Уханов, заместитель генерального директора ООО «ДЭН-клининг».

Серьезные компании нацелены на долгосрочное сотрудничество. «Каждый решает сам для себя: физические лица – это, как правило, разовые работы, юридические лица – это ежедневная уборка с договорами на долгий срок. Главное – четко понимать, в чем будет ваше преимущество перед сотнями конкурентов», – подытоживает Александр.

Оказывается, на рынке клининга завоевывать клиентов помогают такие бонусы, как уборка снега с крыш и прилегающих территорий, полив газонов и растений, ландшафтные работы.

Клининговый бизнес «по-белому» далек от быстрой окупаемости. «Львиная доля всех денежных средств находится в постоянном обороте. Порядка 80% – это расходы на заработную плату, налоги, закупку нового оборудования и обслуживание имеющегося, бытовую химию и пр.», – предупреждает Мария Кущева, генеральный директор ООО «Балтик Интерпрайсис».

Больше всего средств уходит на выплату зарплат, поэтому в компаниях стараются экономить на управленцах, а набирать профессионалов. Потребность в персонале определяется видами и объемами выполняемых работ. Все зависит от технического задания заказчика, в котором уже прописаны численность и специализация персонала, который требуется на объект. Если необходимо проведение высотных работ – например, надо помыть светильники – то персонал обязательно должен быть с удостоверениями для высотных работ. Сотрудники проходят обучение в компании перед самой работой и ежемесячно. К тому же на рынке постоянно появляется новый инвентарь, техника, бытовая химия, что требует проведения специальных тренингов.

«В договоре с клиентом обязательно прописываются критерии чистоты. По критериям ставятся оценки от 1 до 5, где 1 означает, что уборка не производилась, 5 – уборка произведена отлично, претензий нет. Такие оценки выставляются ежедневно по каждому помещению. В конце месяца подсчитываются, и выставляется общий балл за оказание услуг. За оценки от 1 до 3,9 полагаются штрафные санкции, которые определяет и прописывает в договоре заказчик самостоятельно. Обычно дается время 30–60 минут на устранение недочетов».

Мария КУЩЕВА, генеральный директор ООО «Балтик Интерпрайсис»

Стоимость генеральной уборки в формате «тетя со шваброй» стартует от

1 000

руб., о точной сумме договариваются на месте.

Та же услуга от клининговой компании обойдется в сумму от

8 500

руб. за помещение площадью от 70 кв. метров и может существенно подорожать при заказе дополнительных работ. Но профессионалы боятся частников все меньше.

Договоримся?

«Залог успеха – правильно составленный договор», – советует Александр Уханов.

Исследование NeoAnalytics (ООО «НеоАналитикс», эксперт в области маркетинга, маркетинговых исследований и маркетинговых коммуникаций), посвященное итогам работы за 2018 год и прогнозам до 2021 года по рынку клининговых услуг, показало, что в 2018 году объем рынка клининга в России составил 83,5 млрд руб. и увеличился на 3,5% по отношению к аналогичному показателю прошлого года.

Рынок клининговых услуг Петербурга также демонстрирует стабильность и готовность двигаться вперед.

Сила в единстве

В процессе «обеления» рынка клининговых услуг консолидировались и заключили соглашение о формировании Совета рынка профессиональной уборки и технической эксплуатации такие профессиональные объединения, как Национальная ассоциация фасилити операторов (НАФО), Ассоциация русских уборочных компаний (АРУК), Ассоциация контрактных клининговых компаний Поволжья (АКККП), Ассоциация клининговых компаний Алтая (АККА), Саморегулируемая организация «Ассоциация региональных уборочных компаний» (СРО АРУК), Ассоциация русских уборочных компаний – Санкт-Петербург (АРУК СПб).

Созданный Совет разработал Этическую хартию для защиты участников рынка. В ней в том числе прописаны права и обязанности сотрудников клининговых компаний. Бонусом для предприятий, присоединившихся к Хартии, является более лояльное отношение ФНС при проведении проверок.

Выйти из сумрака

Бизнес, нацеленный на чистоту, и сам должен быть чистым. Профессионалы рынка Санкт-Петербурга – а их, по подсчетам Ассоциации российских уборочных компаний Санкт-Петербурга (АРУК СПб), порядка 300 организаций – всерьез настроены на прозрачный бизнес и отказ от теневой экономики.

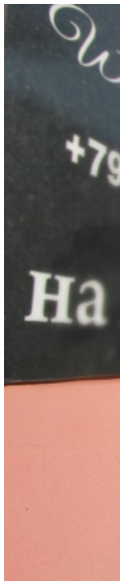
Но, справедливости ради, стоит отметить, что в настоящее время компании, оказывающие услуги профессиональной уборки, находятся в сложном положении.

С одной стороны, в рамках закона «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 № 44-ФЗ победители определяются только по цене, поэтому происходит занижение стоимости услуг, не соответствующее реальным затратам, т.е. недобросовестная конкуренция. Даже крупные старожилы петербургского рынка порой не могут выдержать конкуренции с демпингующими компаниями-однодневками. Стремление зайти на рынок любой ценой – это экономия буквально на всем, от использования некачественных чистящих средств до привлечения неквалифицированного персонала без оформления трудовых отношений, и, соответственно, уклонение от уплаты налогов.

С другой стороны, в случае проведения конкурса на уборку тех или иных помещений в выигрышном положении окажется та организация, у которой уже есть опыт по уборке аналогичных объектов. Поэтому некрупные или новые компании с большим трудом пробивают себе дорогу и порой вынуждены действовать в обход закона.

«Конкуренция в данном бизнесе большая, крупные компании легко пожирают мелкие, так как могут предложить стоимость меньше, а условия лучше. Происходит это потому, что у крупных компаний большой оборот, они могут перекинуть персонал с других объектов, то есть нет необходимости подбирать людей специально под новый объект. Так же и с техникой: если у компании много тракторов, то она может на новый объект поставить уже имеющийся и не покупать его специально», – комментирует ситуацию на рынке Мария Кущева.

УЙТИ НЕЛЬЗЯ ОСТАТЬСЯ



_ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ, MARCUS LOKE ON UNSPLASH
_ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

1 ОКТЯБРЯ ДЛЯ ХОСТЕЛОВ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА НАСТУПАЕТ ВРЕМЯ «Ч». ПОПРАВКИ В ЖИЛИЩНЫЙ КОДЕКС, ПОЛУЧИВШИЕ В НАРОДЕ НАЗВАНИЕ «ЗАКОН ХОВАНСКОЙ», ЗАСТАВЯТ ОТЕЛЬЕРОВ-«НАДОМНИКОВ» СДЕЛАТЬ ОКОНЧАТЕЛЬНЫЙ ВЫБОР МЕЖДУ СОХРАНЕНИЕМ ПРОФИЛЯ БИЗНЕСА С УХОДОМ В «СЕРУЮ» ЗОНУ И ИЗМЕНЕНИЕМ СТАТУСА, ПОЗВОЛЯЮЩИМ УДЕРЖАТЬСЯ В ЛЕГИТИМНОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОМ ПОЛЕ. КАК ИДЕТ ЭТОТ ПРОЦЕСС НА ФОНЕ ПОДГОТОВКИ ГОРОДА К ВВЕДЕНИЮ ЭЛЕКТРОННЫХ ВИЗ, РАЗБИРАЛСЯ КОРРЕСПОНДЕНТ **«БД»**.

НА ОДНОЙ из недавних встреч по этому поводу хозяин мини-отеля, эмоционально жестикулируя руками, спрашивал совета у аудитории, что ему делать с бизнесом. «Как же так получается? – задавал он вопрос. – Вместе с семьей я 10 лет вкалывал, обустраивая свой отель. Вложил в это дело и деньги, и душу. Никаких претензий ко мне и постояльцам ни со стороны соседей, ни со стороны контролеров не было: жалоб не зафиксировано, “звезды” получены, налоги оплачены. А теперь мне говорят, что так работать дальше нельзя, закон изменился. Как быть?»

Тогда ответов для него не нашлось… Но они все же есть.

Масштаб проблемы

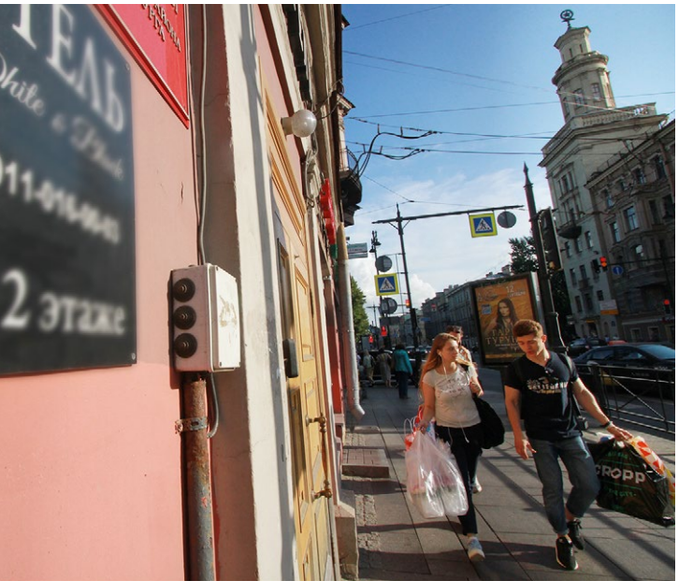
Может быть, мы слишком преувеличиваем, и Петербург легко переживет инициативу Хованской? В этом есть сомнения, поскольку для Северной столицы объекты размещения, то есть хостелы и мини-отели, находящиеся в жилом фонде, имеют особое значение.

Статистика здесь весьма противоречива. Судите сами: известный всем сервис booking.com на сентябрь предлагает в Петербурге свыше 3 700 вариантов размещения. По данным компании Maris в ассоциации с CBRE, по итогам шести месяцев 2019 года в Северной столице работают 177 отелей на 23 642 номера (в этом случае в зачет идут лишь гостиницы с номерным фондом более 40 и категорией 3–5*). А официальные данные, полученные в Комитете по развитию туризма, говорят о том, что коллективных средств размещения, прошедших обязательную для Петербурга классификацию с учетом всех уровней комфорта (от «без звезд» до 5*), у нас 1 467. И номеров, соответственно, больше 46 тысяч на 91 тысячу с лишним мест.

Но здесь нас интересуют не разногласия в подсчетах, а то, сколько объектов малого бизнеса подпадает под действие «закона Хованской», находясь в домах жилого фонда. Ответ как раз точный – 388. А значит, каждое четвертое коллективное средство размещения

ПРОДАЕТСЯ. НЕДОРОГО…

После того, как решение о «выводе» гостиничных услуг за пределы жилья было окончательно принято в марте 2019 года, многие владельцы объектов размещения не стали ломать голову и решили продать проблемный бизнес.
По данным сайта частных объявлений Avito, во втором квартале этого года в Петербурге было опубликовано 647 объявлений о реализации таких объектов. Если заглянуть на страницы профильных сайтов (таких как *www.alterainvest.ru* или *www.allpbspb.ru*), ориентированных на продажу готового бизнеса, можно увидеть, что там количество предложений исчисляется сотнями.



города находится в жилом доме. При этом, по оценке системы «2ГИС», 77% питерских хостелов расположены именно в жилье.

Если считать, что каждая третья официально признанная койка для гостей Петербурга размещена в объекте категории «без звезд» (а именно они чаще всего находятся в жилом фонде), можно предположить, что в целом по городу под угрозой закрытия окажутся сотни предприятий сферы гостеприимства с номерным фондом в 10 тысяч, предлагающих до 20 тысяч мест. Причем это места не только в дешевых хостелах: в жилых домах города находятся и отели уровня до 4*.

Востребованы ли услуги тех «малышей», что расположены в жилье? По данным разных источников, среднегодовая заполняемость больших гостиниц Петербурга редко превышает 70%. Хостелы в среднем всегда заполнены на 80–85%, а летом – больше чем на 90%. Вывод простой: в случае их полного закрытия Петербург потеряет до 30% дешевого размещения. Как минимум 2 тысячи рабочих мест. И сотни миллионов, если не миллиардов руб. налогов, которые легально работающие «малыши» исправно платят в бюджет.

Евгений ПАНКЕВИЧ

ГЛАВА КОМИТЕТА ПО РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

«С учетом складывающейся ситуации городская программа развития хостелов в самом ближайшем будущем значительно расширится – речь идет о том, чтобы уже к концу этого года количество предлагаемых предпринимателям в аренду нежилых помещений увеличить до 100–150. Параллельно станет развиваться и программа по строительству гостиниц уровня 2–3, также ориентированная на привлечение клиентов с ограниченным бюджетом. Уверен, что ситуация может быть разрешена именно с помощью таких масштабных и подкрепленных действенным инструментарием программ».*

Что не запрещено, то разрешено!

Пытливые предпринимательские умы уже нашли способы минимизации последствий введения законодательной новинки. «Главное не заявлять о том, что вы оказываете гостиничные услуги, – учат бывалые. – А значит, надо исключить из лексикона, употребляемого где бы то ни было, слова “отель”, “гостиница” или “хостел”».

Согласно принятым поправкам в закон, «жилое помещение в многоквартирном доме не может использоваться для предоставления гостиничных услуг». Однако фраза, запрещающая нахождение в жилом доме «иных средств размещения», в документе отсутствует.

И если правильно использовать казуистику формулировок, у кого-то еще есть шанс продолжить работу.

В этой связи некоторые специалисты уверены: под запрет подпадает только вид услуги. А значит, можно идти по пути заключения с гостями договора краткосрочного жилого найма (в частности, использовать для этого ресурсы сервиса Airbnb или аналогичных), мимикрируя под жилые комнаты.

Или, как пошутил по этому поводу вице-президент Федерации рестораторов и отельеров России по гостиничному бизнесу Вадим Прасов, предоставлять «не гостиничную услугу, а краткосрочный сервис летаргического сна». Да и Эдуард Демидов, глава Комиссии отельеров Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «Опора России», полагает, что имеющиеся в жилых домах малые объекты размещения вовсе не обязательно закроются. «Часть из них наверняка сможет найти варианты работы даже в имеющемся правовом поле», – уверен он.

И то верно! Пока частная собственность у нас охраняется законом, контролировать поток гостей в частной квартире проблематично. Как и в случае с катанием на катерах, всегда можно сказать, что это приехали друзья или родственники, которые живут бесплатно. Попробуй докажи обратное...

Елена ЕНОВА

РУКОВОДИТЕЛЬ РЕГИОНАЛЬНОГО ОТДЕЛЕНИЯ НП «ЛИГА ХОСТЕЛОВ»

«Мы прилагаем усилия для того, чтобы не только сохранить для гостей Петербурга возможность недорогого размещения, но и удержать значительную часть предпринимателей сферы гостеприимства от ухода в "теневой" сектор экономики. При этом речь идет не только о хостелах: под действие "закона Хованской" подпадают и многие другие коллективные средства размещения, претензий к которым никогда не было».

Бороться и искать

Вместе с тем многие представители отрасли продолжают бороться за свой бизнес и предлагают всё новые варианты решения проблемы.

▸▸▸ ПРОДОЛЖЕНИЕ НА СТР. 16

▸▸ ▸▸ ▸▸ Купить исправно работающее «гостеприимное» дело можно по цене от 300 тысяч руб. (в аренду), но желающих мало... Да, у тех, кто имеет возможность перевести помещения в статус нежилого фонда, есть все шансы сохранить профиль. Однако, по оценке вице-президента Ассоциации малых гостиниц Петербурга Тамары Буйловой, за весь 2018 год сделать это удалось только по 40 помещениям. И если требования «закона Хованской» о наличии отдельного входа выполнить физически нереально (это касается в первую очередь тех объектов, которые расположены выше второго этажа), остается искать варианты для выживания.

▸▸▸ ОКОНЧАНИЕ. НАЧАЛО НА СТР. 14

В Петербурге, в частности, главы Гильдии малых средств размещения, Ассоциации малых гостиниц Петербурга, Лиги хостелов и бизнес-ассоциации «Опора России» недавно выступили с обращением к президенту РФ Владимиру Путину, в котором предложили отсрочить введение запрета на размещение гостиниц в жилых домах на несколько лет.

Кроме аргумента о нереальности срока перевода помещений из разряда жилых в нежилой фонд, авторы петиции указывают на то, что подавляющая часть тех мини-отелей и хостелов, которые находятся под угрозой закрытия, своевременно получили сертификаты о «звездности» и тем самым подтвердили полное соответствие требованиям закона на тот момент. «Мы просим, чтобы прошедшим классификацию объектам разрешили доработать до окончания срока действия полученного ими документа», – говорит Алена Енова, руководитель регионального отделения НП «Лига хостелов». Ответа пока не получили.

В свою очередь, Комитет по развитию туризма Смольного с пониманием относится к проблеме «малышей». Его руководитель Евгений Панкевич подтвердил, что в настоящее время ведется сбор данных обо всех объектах, которые подпадают под действие «закона Хованской». «Отдельным из них уже сейчас мы помогаем в "ручном" режиме, но внимательно следим и за ситуацией в целом, - пояснил он. – Однако решать проблему в принципе намерены с помощью совершенствования и расширения тех программ, которые уже действуют в гостиничной сфере Петербурга». Речь в этом случае идет как о городской программе развития хостелов, так и об аналогичной, ориентированной на появление недорогих отелей уровня 2–3*. Во всяком случае, снижения объемов номерного фонда в городе, включая недорогое размещение, власти постараются не допустить.

Тамара БУЙЛОВА

ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ АССОЦИАЦИИ МАЛЫХ ГОСТИНИЦ ПЕТЕРБУРГА

«Одна из причин того, что "закон Хованской" был принят и начнет действовать – пассивность самого сообщества отельеров, значительная часть которых почему-то все надеялась на то, что "обойдется" или "пронесет". А другая состоит в отсутствии четкой, последовательной и активной позиции по сохранению этой группы объектов размещения со стороны властей Петербурга. Ведь спикер Совета Федерации Валентина Матвиенко зачастую помогала нам больше, чем они».

Пойти в «заместители»

Место, особенно на рынке, пусто не бывает, и гостиничный бизнес параллельно с властями ищет решение проблемы замещения выпадающих «гостеприимных» мощностей.

В частности, на площадях «А-Отеля “Фонтанка”» намерен начать работу хостел Strawberry Duck, рассчитанный на прием сразу 250 человек. «Сочетание двух типов размещения на одном объекте, на мой взгляд, может оказаться вполне выгодным ходом, – оценивает этот шаг Дмитрий Мельников, генеральный менеджер Original Sokos Hotel Olympia Garden. – Не думаю, что подобные симбиозы будут массовыми, но шанс на их развитие точно есть». Согласна с ним и Алена Енова, которая вместе с тем подчеркивает, что «по такому пути можно идти лишь в случае, когда гости разноуровневых объектов размещения не будут пересекаться».

В свою очередь, власти города продолжают реализацию собственной программы развития хостелов. При этом речь изначально идет о предоставлении бизнесу помещений в нежилом фонде в аренду. В частности, предпринимателям под эти цели уже переданы 16 объектов (в трех из них средства размещения заработали), и до конца этого года под создание хостелов отдадут еще восемь помещений, а в 2020 году предполагалось подобрать 17. Однако, подчеркивая приверженность идее наращивания турпотока в Петербург, курирующий направление вице-губернатор города Олег Марков говорит, что «нам крайне важно развивать инфраструктуру приема, полностью отвечающую запросам наших гостей».

Вместе с тем очевидно, что после 1 октября десятки «малышей» окажутся в тумане неизвестности. Само собой, одновременно все они не закроются: процесс может оказаться долгим и болезненным. Однако рано или поздно тем из них, кто не сможет адаптироваться к новым правовым условиям, придется уйти, освободив место для более гибких.

Дмитрий МЕЛЬНИКОВ

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖЕР ORIGINAL SOKOS HOTEL OLYMPIA GARDEN

«В Петербурге уже есть пример качественного совмещения двух разных концептов – это отель немецкой сети Meininger, часть номерного фонда которого скорее хостел, чем гостиница. Чтобы обеспечить комфорт и обслуживание на необходимом уровне всех гостей, должна быть предусмотрена возможность создания дополнительной стойки приема и размещения, возможно – обеспечение второго, более бюджетного завтрака и других услуг».

ЗАКОН НЕЧАЯННО НАГРЯНЕТ...

ПОХОЖЕ, ЗАКОНОДАТЕЛИ НЕ ОСТАНОВИЛИСЬ НА ЗАПРЕТЕ ХОСТЕЛОВ В ЖИЛЫХ ДОМАХ, И СЕЙЧАС В КУЛУАРАХ ГОСДУМЫ ОБСУЖДАЕТСЯ ВОЗМОЖНОСТЬ ПОЛНОГО ЗАПРЕТА НА ВЕДЕНИЕ БИЗНЕСА В ЖИЛИЩНОМ ФОНДЕ. ПОКА ИНИЦИАТОРЫ СТОЛЬ РАДИКАЛЬНОЙ МЕРЫ ШЕПЧУТСЯ В МОСКВЕ, КОРРЕСПОНДЕНТ **«БД»** ВЫЯСНЯЛ, КАК ВСЕ ЭТО МОЖЕТ ОТОЗВАТЬСЯ В ПЕТЕРБУРГЕ.

_ИНТЕРПРЕСС, СВЕТЛАНА ХОЛЯВЧУК
_ЛИЛИЯ АГАРКОВА

САМАЯ громкая петербургская история на тему противостояния бизнеса и жителей – на улице Рубинштейна. С одной стороны, жителей можно понять: на улице протяженностью 800 метров работают примерно 70 заведений общепита. С другой стороны, главная ресторанная улица – городской бренд, который притягивает туристов, обеспечивает рабочие места и развитие малого бизнеса. Сегодня жителям удалось добиться закрытия некоторых известных заведений, например, ресторанов «Мы же на ты», «Скобари» и «Варвара» (пережившего только за декабрь 2018 года 17 проверок). Удалось также блокировать проведение праздника весной 2019 года, а традиционная «ночь юриста», приуроченная к Юридическому форуму, в июне 2019 года оказалась украшена протестными плакатами и митингами жильцов.

Сложная обстановка сохраняется и на Думской улице, где, по признанию Тамары Буйловой, вице-президента Ассоциации малых гостиниц Петербурга и жительницы Думской, летом, особенно в период белых ночей, гуляния, шум, драки и другой трэш продолжаются до утра почти каждую ночь.

Есть в Петербурге жилые здания, где кондиционерами и элементами холодильных установок просто увешаны наружные стены. Например, двор дома на Садовой улице, 44 больше похож на космический корабль: стены покрывают кондиционеры, трубы и охлаждающие установки, принадлежащие 9 заведениям общепита, расположенным в здании. Жильцы дома выходят на митинги, протестуя против шума, запахов и других неудобств. Здесь открыты рестораны «Хочу шашлык», «Фергана», бар «Луксор», «Кофейня номер 1» и другие. Главным неудобством жители считают круглосуточную работу некоторых заведений. Они говорят о том, что раньше такого не было, кафе работали до 23.00, и в доме «еще можно было жить», а теперь каждую ночь приходится ждать сюрпризов.

«Арендатор должен согласовать наружные блоки холодильных установок, которые расположены на фасадах жилых домов, с управляющими компаниями и, если дома относятся к памятникам, с Комитетом по градостроительству и архитектуре (КГА) и Комитетом по охране памятников, – уточняет Гульнара Борисова, председатель Санкт-Петербургской Ассоциации собственников жилья и их объединений, – но, как правило, свои действия они согласовывают редко. ТСЖ взимают плату с владельцев кондиционеров за пользование общим имуществом дома – фасадом, а плата идет на поддержание дома в порядке».

▸▸▸ ПРОДОЛЖЕНИЕ НА СТР. 18

Владимир МЕНЬШИКОВ

ГЛАВА НП «СОЮЗ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ»

«Президент Владимир Путин на одном из заседаний Госсовета дал поручение посмотреть, чтобы ведение коммерческой деятельности не нарушало комфорта жителей в жилых домах, видимо, имея в виду как раз подобные жалобы на работу ресторанов и баров. В Госдуме уже начали обсуждать потенциальные запреты, опрашивать экспертов. Но если вся городская инфраструктура вместе с кафе, кондитерскими, ресторанами, куда можно пойти в выходной день с семьей, вдруг исчезнет, что это будет? Будет дикость. Я, например, живу в доме, где есть и пекарня, и ресторан. Ни своими вытяжками, ни запахами они мне нисколечко не мешают. Видимо, все настроено правильно, и жильцы ни на что не жалуются. Наоборот, очень удобно вечером после работы зайти в пекарню за свежим хлебом. Кроме того, владельцы этих заведений помогают ремонту дома. Такая схема работает везде в мире, почему она не может работать у нас?»

▸▸▸ ОКОНЧАНИЕ. НАЧАЛО НА СТР. 17

Но фасады, украшенные кондиционерами, не нравятся районным администрациям. И тут в дело вступают отделы районного хозяйства (ОРХ) администраций. Они инициируют наложение штрафов не на предприятия, которые владеют кондиционерами, а на ТСЖ и передают информацию в Государственную жилищную инспекцию. Штраф составляет 40 тысяч руб. за одно нарушение. Жалобы жильцов, среди которых есть и профессиональные жалобщики, как отмечают специалисты, приходят в районные администрации, и те понимают, что проблема должна быть решена, так как от этого зависит рейтинг района.

Что Дума думает

Гульнара Борисова рассказала, как весной побывала в Госдуме на встрече с депутатом Галиной Хованской, прославившейся законом о запрете хостелов в жилых домах. Закон обсуждался четыре года, против него активно выступали отельеры по всей России и даже спикер Совета Федерации Валентина Матвиенко, но это не помогло: его приняли весной 2019 года с отложенным сроком вступления в силу с 1 октября. По словам Гульнары Борисовой, в Госдуме уже обсуждается возможность продолжения «закона Хованской» и законодательного регулирования всего бизнеса в жилых домах, а не только отелей и хостелов.

«Речь не идет о том, чтобы вообще изгнать из городов инфраструктуру, нужную жителям, – говорит Гульнара Борисова, – однако помещения, в которых расположились кафе и рестораны, а также магазины, все, кто производит шум, запахи и причиняет другие неудобства жильцам, скорее всего, пройдут инвентаризацию. И затем будет принято решение о продолжении их работы в тех же местах, даже если они расположены в нежилых помещениях».

Говоря о безопасности, вспомним историю в Адмиралтейском районе, когда в сентябре 2018 года в интернет-кафе «Типичный Питер», расположенное в подвале жилого дома, хлынул кипяток и сварил заживо двух молодых посетителей. «Этого бы могло не произойти, – уверяет Гульнара Борисова, – если бы подвал был не занят кафе, а использовался по назначению».

Новым законом – по старым правилам

Еще одна проблема: в новом законе могут появиться требования, по которым эксплуатацию помещений, не предназначенных под коммерческое использование определенного типа, могут запретить. Это коснется помещений в старых зданиях в центре города, которые точно не планировалось отдавать под рестораны или магазины. В основном это офисные помещения, говорят эксперты, в дальнейшем переделанные под общепит или торговлю.

Как сообщили в Комитете имущественных отношений (КИО), у городских объектов

Гульнара БОРИСОВА

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЙ АССОЦИАЦИИ СОБСТВЕННИКОВ ЖИЛЬЯ И ИХ ОБЪЕДИНЕНИЙ

«Помещения в жилых домах, которые в 1990-е годы начали активно сдаваться в аренду и затем, с 2008 года, выкупаться малым бизнесом в собственность по преимущественному праву, на самом деле во многих случаях были спроектированы как технические помещения, служащие для обеспечения жизнедеятельности дома. Однако сейчас зачастую представители ТСЖ не могут даже зайти в эти помещения, принадлежащие частным собственникам или же сданные городом арендаторам, чтобы проконтролировать техническое состояние дома или принять меры в аварийной ситуации. Иногда в руках арендаторов или собственников помещений оказывается даже ГРЩ (главный распределительный щит) дома, водомерный узел или индивидуальный тепловой пункт. Канализационные трубы, по санитарным нормам, не должны проходить через продовольственный магазин или предприятие общепита, но это встречается и не смущает посетителей клубов и магазинов».

нежилого фонда одно назначение – использование под любые «нежилые» цели, в частности, под общественное питание. Конкретная цель использования может быть прописана в договоре, а может быть не уточнена, и арендатор уже самостоятельно принимает решение. «Если конкретная цель прописана, например, под офис, то в рамках договора ее можно изменить под магазин, если арендатор захочет», – уточняют в КИО. На той же улице Рубинштейна городу принадлежат 120 помещений, арендаторы которых платят деньги в бюджет города.

Брокеры недвижимости считают, что основная проблема заключается не в назначении, а в соответствии объектов, используемых под общепит, установленным требованиям пожарной безопасности и нормам САНПИН. Т.е. претензии Роспотребнадзора и МЧС в большей степени связаны не с назначением, а с соответствием того или иного объекта необходимым требованиям, установленным для объектов общественного питания. Например, это отдельный вход, говорят брокеры.

Предупрежденный защищен

Когда четыре года власть и бизнес на всех площадках – от Госдумы до районных администраций – обсуждали «закон Хованской», мало кто верил, что его примут в таком жестком варианте и не оставят никаких «щелей» для «хостельеров» в жилом фонде.

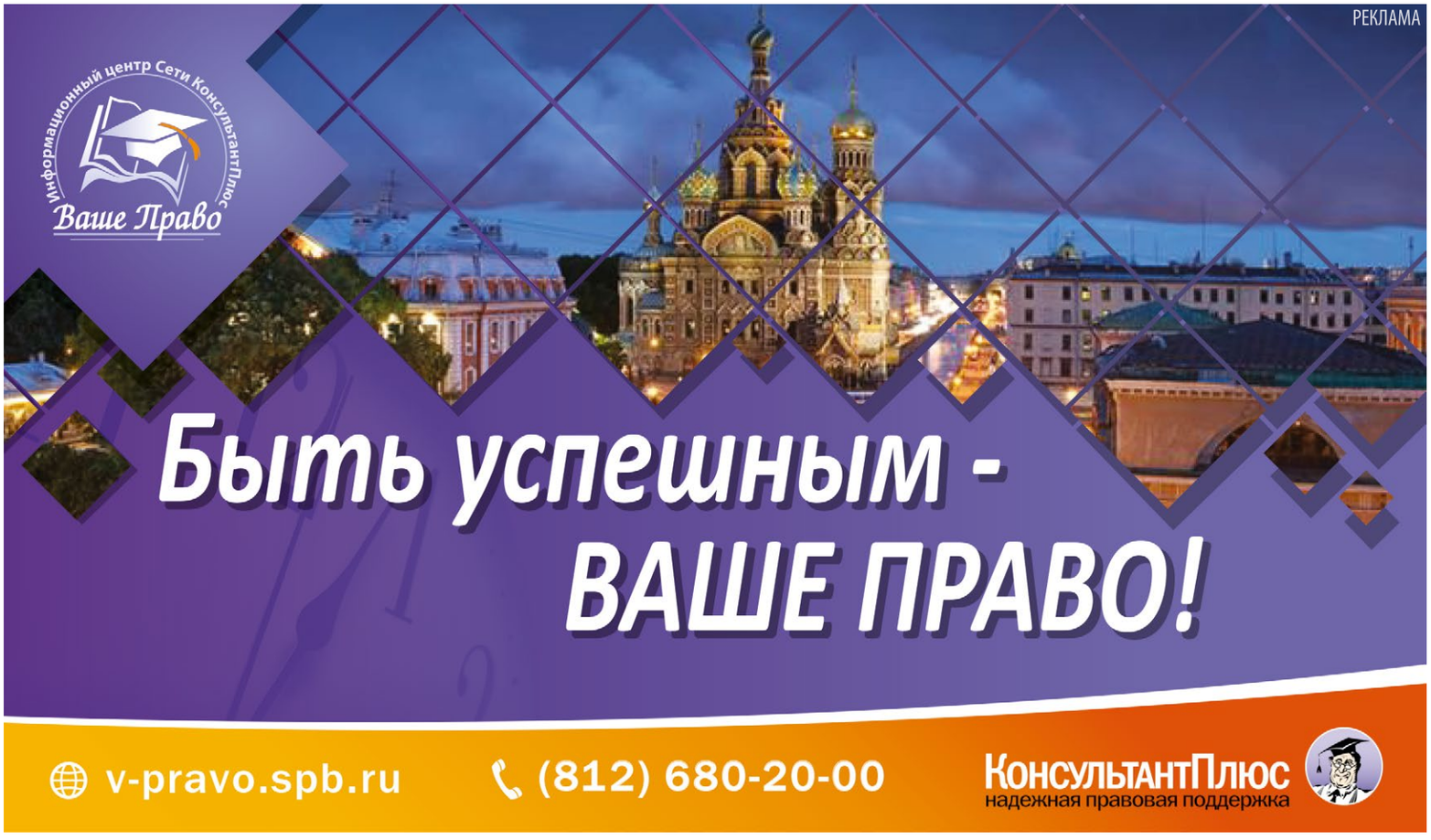
Александр ЗАТУЛИВЕТРОВ

РЕСТОРАТОР

«Продолжается выдавливание малого бизнеса с первых этажей центральных районов города. Все пишут только о шуме, запахах, несчастных жителях, и никто не написал о том, что это бизнес, который создает рабочие места и платит в бюджет налоги, и зачастую в бюджет идет и арендная плата за помещение. И вместо того, чтобы поддерживать малый бизнес в городе, беречь его, помогать ему, его травят проверками и создают негатив. Сегодня сложилось ощущение, что первые этажи жилых домов захватили жулики. Поэтому лучше, конечно, принять закон, регулирующий отношения бизнеса и жильцов, и придерживаться его. Если в законе будет написано, что в жилых домах могут быть только магазины цветов и венков, тогда мы будем это учитывать. Ведь многие выкупали помещения, переводили их в нежилой фонд, но, по новому законодательству, если на первом этаже здания есть хоть одна жилая квартира, это уже незаконно. И это теперь мина замедленного действия. Что касается шума, то нужно, конечно, запретить работать круглосуточно и после 11 вечера соблюдать тишину. Сейчас читаю, что жильцы улицы Рубинштейна запретили проведение фестиваля "Д", посвященного Довлатову. А завтра что они запретят? Ну нельзя же так».

В этой связи перед лицом новой опасности предпринимателям имеет смысл активизироваться и начать конструктивный диалог и с властью, и с жильцами. Город не заинтересован в сокращении налоговой и арендной базы, а горожане – в том, что радикально изменится городская среда и качество их жизни: из домов в центре исчезнут кафе, рестораны, магазины, швейные и обувные мастерские, фитнес-центры – словом, та налаженная инфраструктура, к которой петербуржцы привыкли за последние 20 лет.

«И мы опять будем ездить за каждой булкой хлеба в “Ленту” или “О’КЕЙ”, а также ходить в районные администрации и требовать открыть магазины в формате “у дома”», – прогнозирует Янина Гришина, руководитель некоммерческого партнерства «Содействие малому бизнесу».



БИЗНЕС НА «ЛУЧШЕМ ПОДАРКЕ»

_ИНТЕРПРЕСС, СВЕТЛАНА ХОЛЯВЧУК / _АНТОН РАТНИКОВ

ВОПРЕКИ ПРОГНОЗАМ, ЭЛЕКТРОННАЯ КНИГА ТАК И НЕ ВЫТЕСНИЛА БУМАЖНУЮ. МАЛО ТОГО, СПРОС НА ПРОДУКЦИЮ ПОЗВОЛЯЕТ КНИЖНОМУ РЫНКУ СМОТРЕТЬ В БУДУЩЕЕ С ОПРАВДАННЫМ ОПТИМИЗМОМ. КОРРЕСПОНДЕНТ **«БД»**, НЕ ПОПАДАЯСЬ В КРУПНЫЕ СЕТИ, РЕШИЛ ВЫЯСНИТЬ, КАК ЧУВСТВУЕТ СЕБЯ В ПЕТЕРБУРГЕ МАЛЫЙ КНИЖНЫЙ БИЗНЕС.

Больших денег нет. Но деньги есть

Конечно, в отличие от больших сетевых гигантов, представители малого книжного бизнеса не генерируют серьезную прибыль. Выручки хватает на фонд оплаты труда – и то хорошо. Зато есть шанс стать местной достопримечательностью, как знаменитый букстор Shakespeare & Company в Париже. Да и вообще сейчас в обществе есть спрос на крафт – уникальную штучную продукцию. Маленькие петербургские книжные вполне вписываются в этот тренд.

Есть у таких магазинов и другие преимущества. Например, здесь чуть меньше наценка (в сетевых магазинах она может превышать 300%). Книги стоят дешевле – значит, покупателям это выгодно. А еще – особый сервис. «Внимание к клиентам – наша сильная сторона, – говорит владелец магазина «Подписные издания» Михаил Иванов. – Мы действительно любим читателей, наша основная задача – помочь каждому найти среди множества книг те, что будут интересны именно ему».

Кроме того, у маленьких книжных, как правило, доля книг в ассортименте часто превышает 85% (остальное – «канцелярка» и сувениры). А вот у сетевых маркетов этот показатель часто едва достигает 60%.

Уникальная история

Магазин **«ПОДПИСНЫЕ ИЗДАНИЯ»** на Литейном проспекте – среди примеров успешных проектов малого бизнеса, которые способны генерировать устойчивую прибыль и развиваться. Но у него уникальная история, ведущая свое начало с советских времен. В 1990-е годы работники магазина его приватизировали. Торговые площади принадлежат владельцам, и платить за аренду «Подписным изданиям» не нужно. Обычно для небольших книжных магазинов стоимость аренды превышает 40% от выручки.

За счет сэкономленных средств «Подписные издания» нашли возможность расшириться, открыть издательство и производство сувенирной продукции.

Сейчас самая большая строка расходов у магазина – закупка книг и других товаров (на это уходит 60% выручки), дальше идет фонд оплаты труда (около 12%), налоги (6%), прочие расходы (около 10%). В ме-

сяц на закупку новых книг «Подписные издания» тратят чуть больше 5 млн руб. А рентабельность на уровне 10–15% считают прекрасным результатом. При этом в штате книжного магазина – 28 человек, плюс есть еще оптовый отдел и собственное производство, так что в общей сложности они обеспечивают 40 рабочих мест.

Для друзей

Если взять другие крафтовые книжные, то там рабочих мест куда меньше. Так, во **«ВСЕ СВОБОДНЫ»** трудятся всего четыре человека, включая двух владельцев магазина – кстати, супругов.

«Мы не относимся к нашему магазину как к бизнесу, – объясняет Артем Фаустов. – Такого рода работой занимаются энтузиасты. В этом плане нас лучше сравнить с магазином грампластинок, чем с большим сетевым книжным магазином. К нам приходят ценители».

В этом году «Все свободны» были вынуждены съехать с насиженного места на набережной Мойки и искать новую площадь. История показательная: хозяин помещения решил, что выгоднее открыть на месте книжного магазина хостел. «Все свободны» неожиданно оказались едва ли не на грани закрытия, но обрели реинкарнацию на улице Некрасова.

«У нас значительно выросла стоимость аренды, но нужно понимать, что и проходимость выросла тоже, – говорит Артем. – Стал больше оборот, но и расходы увеличились – примерно на 20%».

САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ В РОССИИ ПИСАТЕЛИ ПО ТИРАЖАМ:
Д. Донцова, С. Кинг, Р. Брэдбери, А. Маринина, Т. Ролякова, Э.М. Ремарк, Е. Вильмонт, Д. Браун, Д. Киз.

> *«Небольшой книжный магазин вполне может стать бизнес-историей. То есть вложить деньги и со временем начать получать прибыль реально. Но, как и в любом другом бизнесе, если у вас есть только одна точка продажи, то и доход будет небольшой. Чем больше точек, тем выше доход. Но тогда теряется своеобразная творческая аура, свойственная небольшим книжным магазинам».*
>
> **Денис КОТОВ, основатель компании «Буквоед»**

Поскольку «Все свободны» выбрали формат «магазина для друзей», то даже в ярмарках, куда их приглашают время от времени (например, на крупных фестивалях для молодежи, вроде Geek Picnic), участвуют неохотно. С другой стороны, открыли свое издательство. Презентации новых книг проходят прямо в магазине. В торговом зале в такие дни не протолкнуться, а новинки разлетаются как горячие пирожки.

Больше, чем магазин

Другой известный крафтовый книжный находится на набережной Фонтанки. **«ПОРЯДОК СЛОВ»** позиционирует себя не только как магазин, но и как просветительский центр, где проходят лекции, встречи с писателями, кинопоказы – всего около 15–20 событий в месяц. Сюда приходят и начинающие авторы, и видные лекторы. А перед посетителями киноклуба регулярно выступают такие звезды, как Александр Сокуров, Кантемир Балагов, Борис Хлебников.

«Все события на нашей площадке абсолютно бесплатны: изначально мы хотели, чтобы культурный центр при магазине функционировал за счет продажи книг и был поэтому абсолютно независимым. При таком подходе превратить в прибыльный бизнес дело у нас получиться не могло, целью была и остается просветительская миссия. Но, конечно, хотелось бы, чтобы наш труд оплачивался по достоинству. Поэтому, когда продажи растут, мы радуемся», – говорят владельцы магазина Анна Изакар и Константин Шавловский.

Кроме того, «Порядок слов» – единственный независимый петербургский книжный магазин, который смог шагнуть за пределы города. Один его филиал открыт на Новой сцене Александринского театра, а другой успешно работает в Электротеатре «Станиславский» в Москве.

О людях и о душе

Владельцы всех книжных отмечают, что интерес читателей неизменен уже несколько лет. По-прежнему заметен тренд на облагораживание топов продаж: некачественные книги продаются все хуже, а качественная, умная литература интересует людей все больше.

«Книжная отрасль в Петербурге находится в устойчивом состоянии, – говорит бывший владелец сети «Буквоед» Денис Котов. – Не могу сказать, что ощущается какой-то бум, но и деградации не наблюдается. Напомню, кстати, что в Петербурге в среднем на душу населения больше всего книжных магазинов среди крупных городов России. А всего, если я не ошибаюсь, около 170 магазинов».

Денис уверен, что развить книжный бизнес в городе вполне реально. Главное – найти инвестора или свободные деньги, чтобы открыть дело.

«Наш формат просто невозможно переложить в такую систему не потому, что мы какие-то уникальные, а потому, что мы в первую очередь о людях и о душе, а любая сеть – это цифры и процессы, графики и стандарты», – объясняет Михаил Иванов.

При этом ни он, ни его коллеги не отрицают возможность того, что в скором будущем они откроют где-то в центре города филиал. Книжный и малый, человеческий и душевный, но это все же бизнес.

КСТАТИ

9% **выпущенных в России книг приходится на Санкт-Петербург.** Для примера, в Москве этот показатель составляет 58%.

53,9% **сбыта книг в России приходится на городские книжные магазины,** **18,6% – на интернет-магазины, 16,5% – на крупные федеральные торговые сети, остальное – на некнижный ритейл.**

367,94 **РУБ.** **– средний чек в региональных книжных магазинах** (в Москве – 980,11 руб.**).**

255 **издательств России и стран ближнего и дальнего зарубежья были представлены на Санкт-Петербургском книжном салоне в 2019 году. За четыре дня работы его посетили 250 тысяч человек.**

ОБЫЧНО В СЕНТЯБРЕ ШКОЛЬНЫЙ БАЗАР ЕЩЕ В САМОМ РАЗГАРЕ. ЧТО ИЗМЕНИЛОСЬ СЕГОДНЯ, КУДА СТРЕМЯТСЯ ЦЕНЫ И КАК ЧУВСТВУЮТ СЕБЯ НА ЭТОМ РЫНКЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ ПЕТЕРБУРГА – В СЕЗОННОМ МАТЕРИАЛЕ КОРРЕСПОНДЕНТА **«БД»**.

ДОРОГАЯ ШКОЛА

_FREEPIK.COM, ИНТЕРПРЕСС / _ЕЛЕНА ИВАНОВА

ПЕТЕРБУРГСКИЙ малый бизнес – производители и предприятия торговли – весь год готовились к началу учебы в школах и еще надеются заработать, увеличив свой оборот к концу сентября на 50–100%. И хотя, по данным Петростата, покупательская способность населения по-прежнему снижается, а магазины отмечают, что поредели ряды поставщиков детских и канцелярских товаров, чадо в школу все равно собирать надо, и в этом году рынок школьных принадлежностей почувствовал оживление уже с середины лета.

По обе стороны прилавка

Как утверждают продавцы, если раньше покупатели отдавали предпочтение брендовым товарам, то сейчас больше интересуются функционалом. «Если это ручки, – говорит Екатерина Морозова, генеральный директор ООО «Савва Мануфактуринг» и сети канцелярских магазинов Savva, – то лишь бы они писали. Спрашивают недорогое и небрендированное, но все, что необходимо».

В августе канцелярские магазины по-прежнему неплохо зарабатывали. Полная канцелярская экипировка в школу, по подсчетам специалистов торговли, стоит от 3 до 5 тысяч руб., минимальный набор канцелярских принадлежностей, по версии сети «Магнит», – 486 руб.

В основном канцелярские товары родители приобретают в крупных сетевых супермаркетах – «Ленте», «О'КЕЕ», «Ашане», «Метро Кэш энд Кэрри» – и на районных ярмарках, где цены ниже.

Однако неплохо, с точки зрения выручки, чувствуют себя и специализированные отделы школьных принадлежностей в крупных универмагах, таких как Большой Гостиный двор и «Московский».

Также в настоящий школьный базар превратилась старейшая петербургская книжная ярмарка, расположенная в ДК им. Крупской. «У нас круглогодичный школьный базар», – сообщили в администрации ярмарки, где работают примерно 200 малых торговых предприятий, 50% которых торгуют именно школьными принадлежностями: канцелярией, учебными пособиями, а также школьной формой, ранцами и рюкзаками.

В БАЗОВЫЙ КОМПЛЕКТ ШКОЛЬНИКА ВОШЛИ:

рюкзак, дневник, тетрадки (12 штук) и обложки для них, альбом для рисования, письменные ручки (2 штуки), карандаши (8 штук), кисти, линейка, пенал, ластик, точилка.

ТАКОЙ КОМПЛЕКТ В РОССИИ В СРЕДНЕМ СТОИЛ:

в 2018 году **2 471 руб.**

в 2019 году **2 594 руб.**

САМЫЙ ДОРОГОЙ КОМПЛЕКТ ОКАЗАЛСЯ В МОСКВЕ:

в 2018 году

3 029 руб.

в 2019 году

3 179 руб.

СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ КОМПЛЕКТА В ПЕТЕРБУРГЕ СОСТАВИЛА:

в 2018 году

2 730 руб.

в 2019 году

2 911 руб.

ДЛЯ АНАЛИЗА ИСПОЛЬЗОВАЛИСЬ ДАННЫЕ С БОЛЕЕ ЧЕМ 500 ТЫСЯЧ СМАРТ-ТЕРМИНАЛОВ «ЭВОТОР», РАСПОЛОЖЕННЫХ В ТОРГОВЫХ ТОЧКАХ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА.

Екатерина МОРОЗОВА

ОСНОВАТЕЛЬ СЕТИ КАНЦЕЛЯРСКИХ МАГАЗИНОВ SAVVA

«Если раньше пик продаж приходился на последнюю неделю августа, то теперь родители собирают детей в школу в середине августа – примерно с 15-го по 25-е. Самый востребованный товар – тетрадки и дневники. Для повышения среднего чека канцелярские магазины и отделы канцелярии в сетевых супермаркетах предлагают различные “модные штучки”, пользующиеся популярностью у школьников и студентов: пеналы с единорогами, ламами, значки, брелоки, настольные игры и прочее. Как правило, родители идут на поводу у детей и покупают им эти маленькие радости».

Наталья БОЯРСКАЯ

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ШВЕЙНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ «ДЕТСКАЯ МОДА»

«Закупочные цены на материалы для изготовления школьной формы за год выросли примерно на 10–12%. Но мы не повышаем розничные цены и делаем скидку 20% на коллективные заказы. У нас закупают форму около 120 петербургских школ. В этом году спрос на продукцию начал активно расти уже в середине июля. Это касается розничных магазинов, а заказы школ мы собрали еще в апреле и доставили их в конце мая».

Государство вам в помощь

Есть на отечественном – и городском, соответственно, – школьном рынке еще один знаковый драйвер – госзаказ. Благодаря этому механизму государство поддерживает остальных участников рынка: производителя и родителя.

Так, учебники и учебные пособия в основном печатает издательство «Просвещение», но родители на них обычно не тратятся. Школы получают все необходимое по госзаказу и распределяют среди учеников через библиотеки.

Мебель для школ также закупают по госзаказу. Если сумма составляет до 5 млн руб., тендеры проводит районная администрация или сама школа. Участвуют в тендерах предприятия из любого региона страны, и потому петербургские школьники могут сидеть за партами, изготовленными в Пензе, Новгороде и даже Белоруссии.

Мебель школьника для дома продают многие петербургские магазины мебели, хотя основную нагрузку на себя берет «ИКЕА». Впрочем, малый бизнес тоже активно участвует в продажах мебели. Согласно данным системы «2ГИС», в городе действует более 90 магазинов, торгующих детской мебелью. Так, например, петербургская сеть «Ваша комната. РФ», торгующая онлайн и офлайн, работает с 50 производителями из Петербурга, Москвы, Новгородской области, Пензы и других городов.

Другой крупнейший производитель школьной и офисной мебели, активный участник госзаказа – «Центр учебного оборудования» – продает мебель в Петербурге и Москве, однако его производство находится в Республике Беларусь. Но за качество и безопасность переживать не стоит. Предприниматели утверждают, что государство здесь жестко контролирует процесс: без соблюдения ГОСТов и требований безопасности производство и продажа детской мебели в России невозможны.

▸▸▸ ПРОДОЛЖЕНИЕ НА СТР. 24

▸▸▸ ОКОНЧАНИЕ. НАЧАЛО НА СТР. 22

Форменный бизнес

Чаще всего родители школьников откладывают покупку формы на последние две недели августа, что влечет за собой увеличение спроса на 100%.

Как рассказали на петербургском швейном предприятии «Детская мода», компания производит и продает, собственно, не школьную форму, а отдельные предметы из нее: брюки, пиджаки, жилеты, сарафаны, рубашки. Средний чек покупки для одного школьника составляет 5,5–6 тысяч руб., а добавление одного предмета в комплект повышает цену примерно на 1–1,5 тысячи руб.

Наталья Галкина, коммерческий директор старейшего петербургского швейного предприятия «Салют» (на рынке 27 лет), говорит, что цены на готовые изделия производства фабрики за год выросли всего на 3–5%. «Все зависит от колебаний курса валют, – объяснила она, – для производства школьной формы мы закупаем только импортные ткани, которые соответствуют рекомендациям безопасности Министерства образования РФ». Директор уточнила, что такие ткани в России пока не производят.

На фабрике «Салют» шьют не только школьную форму, но прежде всего одежду для школьников универсального назначения – из вискозы, хлопка, смесовых тканей. В коллекции – 70 моделей в пяти группах по полноте. Средний чек на школьную форму от «Салюта» составляет 10–11 тысяч. Рост объема производства за год на фабрике оценивают примерно в 10% и говорят, что готовы его поднять. Продукцию реализуют в семи собственных магазинах в Петербурге.

Рюкзакам в России лучше

«Самый востребованный товар, – отмечают в компании «Море рюкзаков», – ортопедические ранцы и рюкзачки немецкого производства, изготовленные согласно российскому ГОСТу». Ценовой диапазон всех товаров магазина – от 3 до 17 тысяч руб., и все они пользуются спросом. Выручка в августе – начале сентября выросла на 100% минимум, без покупки не уходит практически никто. Всего представлено 300 видов продукции от 100 производителей. Среди них и местная компания UFO People, которая шьет рюкзаки как в Китае, так и в Петербурге.

Ассортимент UFO People составляют 100 моделей рюкзаков примерно в 10 цветах. Кроме магазинов, фирма торгует на интернет-площадках Ozon, Wildberries и других. Конец лета – начало осени – это также самое урожайное время для компании, поставки в торговлю увеличиваются в геометрической прогрессии. Однако здесь жалуются на трудности: покупательская способность падает, оптовики просят отгружать им товар «дешевле и еще дешевле», а тем временем шить в России уже выгоднее, чем в Китае, что не может не радовать производителя, но найти специалистов, особенно швей, даже в Петербурге практически невозможно. В Поднебесной, которая в прежние годы привлекала низкими ценами на производство, растет уровень зарплат, и производить там стало невыгодно.

Светлана МОЛЧАНОВА

ПРЕЗИДЕНТ СОЮЗА ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

«С 2016 года покупательская способность населения упала на 38% и продолжает падать. Этот процесс неизбежно отражается на производителях. К ним, в свою очередь, повышаются требования по сертификации, маркировке товаров, а это дополнительные затраты, которые снижают рентабельность бизнеса. Петербургские производители школьных товаров жалуются, что уже сократили производство на 50%, так как, по их исследованиям, купить их продукцию в состоянии сегодня всего 12% населения. По нашим данным, на рынках и барахолках города продается множество несертифицированной продукции, произведенной неизвестно где без всяких норм и требований к школьной форме, и петербуржцы покупают, так как школьная форма за 10 тысяч не всем по карману».

Андрей СЕДУГИН

МЕНЕДЖЕР СЕТИ МАГАЗИНОВ «ВАША КОМНАТА. РФ»

«В этом году спрос на мебель неожиданно вырос примерно на 30–50%. Вероятно, люди стали меньше ездить в отпуска и, получив отпускные выплаты, делают на эти деньги ремонты и покупают новую мебель, в том числе детскую. Уже с середины лета выросло число обращений как на сайт магазина, так и на точки продаж. Это не может не радовать, ведь компания получает дополнительные возможности для развития и роста производства».

ЗАДОЛГО ДО «ВСЕОБЩЕГО БЕСПЛАТНОГО»

ИНТЕРЕСНО, А КАК ОБСТОЯЛИ ДЕЛА С ПОДГОТОВКОЙ К НОВОМУ УЧЕБНОМУ ГОДУ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ, СТОЛИЦЕ РОССИЙСКОЙ ИМПЕРИИ? ДАВАЙТЕ ОБЕРНЕМСЯ В ПРОШЛОЕ, ЧТОБЫ РАЗОБРАТЬСЯ И СРАВНИТЬ...

_КОЛЛАЖ МАРИНА КАМИНСКАЯ / _ВСЕВОЛОД ПЕЖЕМСКИЙ

НАЧНЕМ с того, что 1-е сентября, как общее начало учебного года, – изобретение для школ относительно недавнее, 30-х годов XX века. А в вузах и сейчас занятия могут начинаться в даты, отличные от первого дня девятого месяца. В дореволюционном Петербурге – и в гимназиях, и в университетах – учебный год начинался 29 августа. А вот в других учебных заведениях занятия могли начаться и в середине сентября, и даже в середине октября. Кстати, о видах учебных заведений. Постараемся немного прояснить ситуацию с системой образования. После реформ Александра II она приобрела тот вид, который описали в своем мемуарном произведении петербуржцы Д. Засосов и В. Пызин («Из жизни Петербурга 1890–1910-х годов»). У них получилось описать всю систему достаточно кратко и емко: «Начальные школы призваны были дать азы образования. Для многих детей из-за недостаточных средств родителей тем и кончалось. Кто-то потом шел дальше – в четырехклассное училище, в гимназию, реальное и коммерческое училища. Эти учебные заведения бывали казенные, городские и частные. Начальные городские школы были бесплатные, остальные платные. В начальных школах преподавали закон божий, русский язык, арифметику и чистописание».

Далее образование делилось на два основных направления, как сказали бы сейчас, – гуманитарное и естественнонаучное (или прикладное). Тем, кто планировал стать государственным служащим, ученым, журналистом, – дорога в гимназию, а потом в университет. Тем, кто хотел стать инженером, работать с техникой, – в реальное или коммерческое училище. Оттуда – в технические вузы, активно открывавшиеся в империи в конце XIX – начале XX века.

▸▸▸ ПРОДОЛЖЕНИЕ НА СТР. 26

▸▸▸ ОКОНЧАНИЕ. НАЧАЛО НА СТР. 25

Конечно, возможны были и иные образовательные маршруты. Например, существовала система закрытых мужских (военных) и закрытых женских образовательных учреждений. Было развито и домашнее образование. Но на этом остановимся.

Кому по карману «плоды просвещения»?

Отметим, что даже обязательного всеобщего начального образования не было, и государство не брало на себя заботу об образованности людей. Почти вся система была платной или существовала на спонсорские (говоря современным языком) деньги. Оплата различалась и в разные годы составляла в Петербурге за один год обучения в гимназии от 20 до 60 руб. Много это или мало? Нужно понимать, что в Российской империи до революции существовали сословия, как пережиток прежних эпох. Лишь недавно было отменено крепостное право. Наблюдался огромный разрыв в финансовых возможностях между жителями деревни и города, а внутри города – между выходцами из деревни, низшим чиновничеством, мелкими торговцами и представителями среднего класса, тем более – высшими слоями общества. То, что было неподъемно одному, казалось посильным другому и дешевым третьему. Для примера, средняя заработная плата рабочего в Петербурге была около 22 руб. в месяц, зарплата учителя гимназии – от 80 до 100 руб. Кухарка получала 5–8 руб., дворник – 18. С уверенностью можно утверждать, что школьное образование было доступно далеко не всем жителям города. Однако, начиная с пореформенных лет и до самой революции, мы видим рост понимания простого факта: образование – важный фактор для успешной жизни в городе. Крестьяне, приезжавшие на заработки, а потом и оседавшие в столице, если и не получали образования сами, то стремились дать его детям. Для коренных горожан важность образования была очевидна.

Были и другие возможные затраты, кроме оплаты обучения. При некоторых гимназиях существовал пансион для приезжих (ну, или для тех детей, родители которых хотели либо были вынуждены расстаться с ними на время учебы), он обходился в 250–300 руб. в год, что было уже весьма значительной суммой.

Вот как описывают состав обучающихся в 10-й казенной гимназии учившиеся там петербуржцы (уже упомянутые Засосов и Пызин): «Состав учащихся был разнообразен, но сыновей аристократов и богатых людей не было. Учились дети скромных служащих, небольших чиновников, средней интеллигенции. Не были исключением и сыновья мелких служащих, рабочих. Был, например, у нас в классе сын почтальона, мальчик из семьи рабочего Путиловского завода, сын солдата музыкальной команды Измайловского полка. Плата за учение – 60 руб. в год. Как же бедные люди могли учить сыновей в гимназии? Во-первых, были стипендии, во-вторых – пожертвования, в-третьих, два-три раза в год в гимназии устраивались благотворительные балы, сбор от которых шел в пользу недостаточных, то есть малоимущих, учеников. Чтобы получить освобождение от платы, надо было хорошо учиться и иметь пятерку по поведению».

Хорошо забытое старое...

Испытывали ли родители в те времена проблемы с поступлением детей в школу, как сейчас? Испытывали – и еще в большей, пожалуй, степени. Вот до боли знакомое сообщение из газеты, только столетней давности: «Училищная комиссия вносит в думу доклад об изменении правил о приеме детей в городские начальные школы. Комиссия признает необходимым при записи детей во всех случаях, возбуждающих сомнения, требовать предъявления документов, удостоверяющих место жительства. Дело в том, что управа уже давно сетует на обилие детей жителей пригородных местностей в городских школах, и к недопущению в школы этих детей уже давно принимаются самые решительные меры». И это речь о начальной школе! В гимназию же нужно было сдавать вступительный экзамен, существовал конкурс. Требовалась подготовка. Родители волновались, крестили, вешали на будущего гимназиста образки, молились за успех...

И немного личного: какое же главное ощущение возникает у человека, хорошо знакомого с современным образованием (автору в свое время пришлось пять лет отработать у доски)? Удивляют глубина знаний, квалификация учителей, преданность их своему делу. Удивляет тот объем знаний, который нужно было освоить ученику школы императорской России, сложность экзаменов, стремление к учебе. Кажется, современное наше образование – это лишь слабая тень того грандиозного здания, что было создано в столице империи к рубежу XIX–XX веков.

БЮДЖЕТ ДЛЯ ГИМНАЗИСТА

А теперь перейдем к сборам в школу. Вряд ли они отличались от подобных сборов в наши дни. Известный автор «Записок старого петербуржца» Успенский описывает, как он с матерью путешествовал туда-сюда по Литейному из магазина в магазин на трамвае, собирая все, что нужно к учебе. Но кому начало учебы, а кому самое прибыльное время.

Как строился бизнес, связанный с обучением, и каковы были цены на разнообразные товары?

Значимой проблемой была форма. Она была строго регламентирована, и приобретение полного ее комплекта составляло иногда большую материальную проблему для небогатой семьи. Отметим важный нюанс: строгости, связанные с ношением формы, – а гимназистам запрещали появляться в свободное время в городе без нее – были обусловлены контролем над их поведением вне учебы. В гимназической форме могли не пустить в какие-либо увеселительные заведения. Да и просто мог проводиться рейд или дежурство учителей в городских садах, парках, театрах с целью выявления «недостойного» поведения гимназистов.

В середине XIX века гимназиста было легко вычислить по цветам околыша и другим элементам, отмечавшим его принадлежность к определенному учебному заведению.

На рубеже веков вся разница заключалась в буквах и номере на серебряном гербе (которые гимназисты старших классов с удовольствием выламывали).

Мужская гимназическая форма тогда состояла из гимнастерки синего цвета, лакированного ремня с серебряной пряжкой (тоже с эмблемой или номером гимназии) и черных брюк. На голове – светло-синяя фуражка с черным козырьком. Должен был быть и выходной комплект – темно-синий однобортный мундир с воротником, обитый серебряным галуном. Зимой носилась шинель. Можно было, если позволяли финансы, пошить такой комплект на заказ. Но часто форму шили уже в больших швейных мастерских.

Теперь к канцтоварам: их покупали в специализированных магазинах, книжных, а также в писчебумажных лавках.

Купить предстояло многое: тетради, дневник, письменные принадлежности (а ведь писали перьями).

Интересная деталь – школьные дневники и тетради в Петербурге делались особым образом: скобка ставилась изнутри, снаружи загибалась и заклеивалась бумажной полосой. Так было невозможно раскрыть скрепку и вынуть лист с плохой оценкой.

Цена тетрадок составляла 30–80 коп. за 10 штук. Пеналы стоили от 45 коп. до 2–3 руб. Перья металлические – 35–60 коп. за 12 дюжин (в розницу – на треть дороже).

ГАСТРОНОМИЧЕСКОЕ ПУТЕШЕСТВИЕ ИЗ ПЕТЕРБУРГА В ЛЕНИНГРАД И ОБРАТНО

ФОНТАНКА 30
ресторанъ Санктъ-Петербургской кухни

ПЕРВЫЙ В МИРЕ РЕСТОРАН ПЕТЕРБУРГСКОЙ КУХНИ

CHAÎNE DES RÔTISSEURS 1248 - 1950

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
наб. реки ФОНТАНКИ, 30
(напротив Цирка)
+7 (812) 273-43-04
+7 (931) 976-43-04
www.fontanka30.ru

Центральный ресторан

ЛУЧШИЕ БЛЮДА ЛЕНИНГРАДСКИХ РЕСТОРАНОВ

CHAÎNE DES RÔTISSEURS 1248 - 1950

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
СУВОРОВСКИЙ ПРОСПЕКТ, 62
(у Смольного)
+7 (931) 233-16-55
+7 (812) 577-15-48
www.centralrestaurant.ru

РЕКЛАМА

КОГО СЪЕДЯТ ФУД-ХОЛЛЫ

_ИННА РЕЙХАРД

С НАЧАЛА ГОДА ПЕТЕРБУРГ ПЕРЕЖИВАЕТ БУМ НА ФУД-ХОЛЛЫ: ЗА ЭТО ВРЕМЯ РЕСТОРАННУЮ КАРТУ ГОРОДА РАЗНООБРАЗИЛИ СРАЗУ НЕСКОЛЬКО КРУПНЫХ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ ПРОСТРАНСТВ. **«БД»** ВЫЯСНИЛ, ЧЕМ ФУД-ХОЛЛЫ ПРИВЛЕКАЮТ РЕСТОРАТОРОВ И БУДУТ ЛИ НОВЫЕ ПРОЕКТЫ СОПЕРНИЧАТЬ С КЛАССИЧЕСКИМИ ФУД-КОРТАМИ.

НОВЫЕ КЛАСТЕРЫ, вмещающие десятки ресторанов, появились на «Василеостровском рынке» и в ТРК «Сити Молл», а осенью город ожидает открытие фуд-холла Eat Market, который займет не менее 3 тысяч кв. метров на пятом этаже ТРК «Галерея». На площадке комплекса будет представлено около 40 концепций, а ожидаемый поток посетителей может достичь 10 тысяч человек в день. Однако этим «фуд-холлизация» Петербурга не ограничится – как утверждают участники рынка, сразу несколько торговых комплексов намерены пересмотреть формат стандартных ресторанных двориков и серьезно нарастить долю общепита.

В частности, интерес к фуд-холлам связан с тем, что из-за высокой конкуренции ритейлеры ищут новые форматы, которыми можно привлечь покупателя, считают брокеры. Кроме того, есть тренд на укрупнение проектов, который касается и туристического, и ресторанного бизнеса, и торговых центров. Девелоперы смотрят в сторону масштабных мультиформатных проектов, чтобы снизить риски, объясняет Ольга Шарыгина, управляющий директор центра развития недвижимости Becar Asset Management.

Что, где, когда

Несмотря на то, что задачи у открывшихся фуд-холлов одни и те же, они несколько отличаются своим устройством. Например, в ТРК «Сити Молл» ресторанные концепции зонированы, в то время как на «Василеостровском рынке» заведения представлены в формате open space.

У фуд-холла в «Галерее» будут те же особенности работы, что и в ТРК «Сити Молл»: большинство людей будет приходить туда в дневное время, а в вечернее – отправляться в другие локации, например, на соседние ресторанные улицы, прогнозирует Анна Лапченко, руководитель отдела торговой недвижимости Knight Frank St Petersburg. Однако если реализовать формат «Василеостровского рынка» в центре в отдельно стоящем здании и продумать развлечения для посетителей, то такой объект сможет составить конкуренцию даже заведениям на первых этажах, уверены эксперты.

мнение

Наш первый ресторан Italiani находится на Невском проспекте, в самом центре. Там огромный трафик, в фуд-холле (вторая точка Italiani открылась в ТРК “Сити Молл”. – Прим. ред.), конечно, он значительно меньше, но аренда и другие расходы существенно ниже. Поэтому такие гастрономические пространства нам интересны. Что касается дальнейшего развития в фуд-холлах, пока мы оцениваем перспективы».

Анна ПЛЕШАКОВА, операционный директор Italiani (входит в Italy Group)

Откуда что взялось

Считается, что первые попытки объединить на одной площадке разнообразные ресторанные концепции в Петербурге принадлежат общественным пространствам. В числе пионеров можно назвать «Новую Голландию», открывшую в «Бутылке» несколько заведений с национальными кухнями, а также «Севкабель Порт», «Голицын Лофт» и прочие. Кроме того, о намерении участвовать в программе реконцепции нескольких продовольственных рынков в Петербурге заявляла ресторанная группа Ginza.

Однако глобальный тренд на фуд-холлы пришел в Петербург из Москвы только в этом году, полагают участ-

ники рынка. Конкуренция среди столичных фуд-холлов значительно выше, чем в Петербурге. Только в 2017 году их число удвоилось: были открыты «ГастроFerma», гастрономический центр в парке «Зарядье» и другие.

В действительности подобные гастрономические пространства – обыденное явление для европейских городов, где представители общепита давно работают на продовольственных рынках. Среди известных гастромаркетов – барселонский Boqueria, мадридский San Miguel и Market Hall в Роттердаме.

Братья, но не близнецы

При этом не стоит путать новоявленные фуд-холлы с классическими фуд-кортами. Несмотря на то, что оба формата вполне комфортно себя чувствуют на одних и тех же площадках, вроде торговых центров и рынков, они не конкурируют, поскольку существуют в разных нишах.

Фуд-корт предполагает спонтанную трапезу во время посещения торгового центра. Там не проводят много времени, не назначают встречи, а быстро перекусывают и продолжают посещение прилегающей территории – например, торговой галереи. Фуд-холл, напротив, подразумевает целевое посещение. Кроме того, в отличие от родственных фуд-кортов, фуд-холлы не ограничены якорным набором из фастфуд-ресторанов. А это значит, что на месте монументальных KFC и McDonald's, которые обычно забирают до 70% потока посетителей, можно обнаружить раменную, эклерную или другое экзотическое заведение.

В целом открытие ресторана на фуд-корте обходится предпринимателю на 50% дешевле, примерно в

5

МЛН РУБ.,

включая три месяца аренды.

Окупаемость в среднем такая же, как у стрит-ритейла, – полтора года, а средний чек на фуд-кортах всегда ниже на 30%, потому что посетители заказывают меньшее количество блюд.

мнение

Мы общаемся с рядом торговых центров и знаем, что у многих есть планы по реконцепции фуд-кортов на ближайшие несколько лет по типу фуд-холлов. Но такие пространства требуют адаптации ресторанов полного цикла, как наш. Мы пробовали работать в "усеченном" варианте в этом году на разных фестивалях, поэтому в будущем нам было бы интересно открыться в фуд-холле».

Егор КАЧУРА, коммерческий директор сети кафе «На парах»

Плюсы и минусы

Новым, модным и интересным проектам заходить на фуд-корты тяжело, сетуют рестораторы. В первую очередь из-за высокой первоначальной арендной платы: оплачиваются не первый и последний месяц, как в стрит-ритейле, а первый и два или три последних месяца, рассказывает Александр Крылов, совладелец PITA'S street food & bar. Одно из шести петербургских заведений бизнесмена работает на фуд-корте в ТРК «Галерея». Крылов также рассматривал возможность открыть точку в фуд-холле ТРК «Сити Молл».

Тем не менее инвестиции в точку на фуд-корте меньше, чем в стрит-ритейле, – за счет того, что не нужно делать ремонт зала и заказывать дорогостоящую мебель (нужно оформить только барную стойку и немного декора за ней).

При этом вложения в оборудование такие же, но они могут возрастать за счет двойного или тройного депозита.

В фуд-холлах условия еще мягче, уверяют предприниматели – особенно это касается аренды. Но нашлись и недостатки. К примеру, у корнеров нет подсобных помещений, которые важны для бесперебойной работы. По словам Александра Крылова, ТРК «Сити Молл» эту проблему решил и подсобки организовал, однако осталось неясным, как будет выстроена логистика между подсобками, которые находятся отдельно, и самим корнером. Также в числе минусов рестораторы назвали высокую конкуренцию за гостя внутри ТРК, отсутствие сервиса и возможности повлиять на гостевой поток.

Мнения разошлись

В целом опрошенные «БД» эксперты неоднозначно оценивают перспективы фуд-холлов в Петербурге. К примеру, Эльдар Кабиров, совладелец сети Pizza 22cm, уверен, что на западе переформатирование фуд-кортов идет уже давно – и за этим будущее ТРК.

Однако далеко не все согласны с ресторатором. Формат не приживется в торговых центрах Петербурга, потому что требует очень большой площади, считают в Becar Asset Management. В городе не так много крупных ТРК, а среди крупных немного тех, кто сможет выделить подходящую площадь под фуд-холл. В основном формат будет развиваться на базе рынков и на промышленных территориях: там уже создаются проекты креативных пространств, говорят специалисты.

мнение

Фуд-моллы нового формата становятся своего рода кластерами модных хипста-проектов. Условия аренды там гораздо мягче. Не нужно платить тройных депозитов, и в принципе цена аренды ниже, чем в классических фуд-кортах. Как я понимаю, обуславливается это тем, что ТРК берут курс на поддержание хипста-предпринимательства и сознательно занижают цену. Не думаю, что для самих ТРК это экономически выгодно, но так они привлекают новую аудиторию».

Александр КРЫЛОВ, совладелец PITA'S street food & bar

РИБАЙ – НА АДРЕС!

СЕГМЕНТ РЫНКА ДОСТАВКИ ГОТОВОЙ ЕДЫ В ФОРМАТЕ «БЫСТРО И НЕДОРОГО» ПЕРЕЖИВАЕТ АКТИВНУЮ ФАЗУ. НА УЛИЦАХ ГОРОДА ТО И ДЕЛО МЕЛЬКАЮТ КУРЬЕРЫ В ЯРКИХ КУРТКАХ ВСЕМ ИЗВЕСТНЫХ СЕРВИСОВ. НО ЕСТЬ ДЛЯ ТЕХ, КТО ЛЮБИТ КРАСИВО ПОЕСТЬ, И ДРУГОЕ НАПРАВЛЕНИЕ – «БЫСТРО И ДОРОГО». КОРРЕСПОНДЕНТ **«БД»** СНЯЛ ПРОБУ С НОВОГО ТРЕНДА.

_FREESTOCKIMAGES.RU / _АННА РОМАНОВА

В мегаполисах время становится почти таким же дефицитным ресурсом, как и деньги. Поесть на рабочем месте и поужинать дома вкусной ресторанной едой, не отрываясь от любимого сериала, становится альтернативой походу в ресторан для людей, проводящих часы в пробках».

Мария ВАНИФАТОВА, руководитель NPD (National Purchase Diary – «Национальный дневник покупки») в России

К НАЧАЛУ XXI века в России уже вовсю хозяйничали гиганты фастфуда McDonald's и KFC, традиционно предлагающие выбор: здесь или с собой. Позже к ним присоединились пиццерии и суши-бары, которые также начали готовить еду «на вынос».

Начиная с 2015–16 гг. наблюдается тенденция роста рынка доставки готовой еды, порядка 15–20% ежегодно.

«Доставка становится частью образа жизни, поскольку позволяет экономить время, упрощает логистику, и люди все больше и чаще заказывают не только еду из ресторанов, но продукты, товары для дома, технику и даже наборы для готовки с рецептами», – рассказывает руководитель NPD (National Purchase Diary – «Национальный дневник покупки») в России Мария Ванифатова.

Важную роль в развитии доставки сыграли агрегаторы, которые увеличивали географию покрытия, договаривались с новыми ресторанами и операторами, а также наращивали трафик за счет промо-акций. Доля агрегаторов по результатам 2018 года составила 21% и, по оценкам NPD, в дальнейшем будет расти более умеренными темпами. Росту доставки также способствовало развитие цифровых технологий: через приложение или сайты за год было сделано 55% всех заказов доставки, что на 3% больше, чем в 2017 году. Остальные 45% пришлись на телефонные звонки.

Почем ЗОЖ на вынос?

Запрос на здоровую еду в обществе растет. В первую очередь от людей с лишним весом, желающих похудеть. Другие клиенты – это бизнесмены, офисные трудоголики, холостяки обоего пола, у которых нет времени и/или желания либо которым просто лень готовить, а также спортсмены и ЗОЖники, которым важно сбалансированное питание. Мамочки в декрете составляют особую нишу: им надо прийти в форму, облегчить себе жизнь и при этом не навредить малышу, если он находится на грудном вскармливании.

Следует отметить, что круг клиентов служб доставки здоровой еды вполне соответствует тенденциям времени: сейчас в почете осознанное потребление.

На волне спроса здоровую еду не везет разве что ленивый, подобные сервисы появляются как грибы после дождя.

Буквально за последние один-два года запущено множество похожих друг на друга интернет-сайтов, предлагающих диетическое питание. Расчет строится на процентном соотношении КБЖУ (калории, белки, жиры, углеводы), могут варьироваться типы диет, но в целом предложения по рынку идентичны.

Складывается впечатление о наличии единого производственного цеха, штампующего коробочки со здоровой пищей, на которые потом клеятся этикетки с логотипами разных компаний.

Кстати, похожая ситуация прослеживается и на рынке городских пекарен. Названия разные, а выпечка однотипная, потому что поставляется в виде «заморозки» с одного большого производства.

Диапазон цен на дневные рационы довольно широк. Одни сервисы предлагают питание от 700 руб. в день за набор из пяти коробочек, включающий завтрак, второй завтрак, обед, полдник и ужин при одномоментном заказе еды на шесть дней. Другие – от 3 700 руб. в день за пятиразовый прием пищи.

Таким образом, клиент при ежедневном заказном питании в месяц (30 дней) может потратить от 20 до 100 тысяч руб. и больше. Очевидно, что выложить подобную сумму из бюджета, особенно семейного, может позволить себе человек с достатком гораздо выше среднего. Кто эти люди?

Согласно данным Петростата, самые большие доходы зафиксированы у работников добывающих отраслей – 247 572 руб., летчиков и космонавтов – 122 118 руб., в области информатизации и связи – 97 490 руб., в финансовой и страховой деятельности – 83 286 руб., в научной и технической сфере, связанной с исследованиями и разработками, – 86 227 руб. Так что с большой долей уверенности можно предположить, что целевая аудитория сервисов доставки еды в формате «быстро и дорого» сосредоточена именно здесь.

Выигрышные фишки

Как и в других сферах, бизнес идет на различные хитрости, стремясь не только привлечь клиента, но и удержать его. Используются нестандартные названия, напрямую отсылающие к диетическому питанию или технологии приготовления, динамическое ценообразование, акции, рекомендации известных специалистов. Бренды продвигаются через соцсети, контекстную рекламу, баннеры на сайтах фитнес клубов и спортивных магазинов, а «сарафанное радио» вообще вне конкуренции.

Названия некоторых сервисов говорят сами за себя.

«ЭТОКЕТО»

(ИП Епифанова Диана Игоревна)

Сервис популяризирует кетодиету: много жиров, мало углеводов.

«PROПОРЦИЯ PORTION.PRO»

(ИП Александров Кирилл Алексеевич)

Ресурс дает понять, что разбирается в порциях и пропорциях.

GREENBOX

(ИП Яковлев Максим Александрович)

Городская сеть кафе полезного питания позволяет сначала попробовать еду лично, а позже перевести отношения в онлайн режим – заказ с доставкой.

«СУВИД'OR»

(ИП Стрельникова Ирина Владимировна)

Особенностью сервиса доставки готовых ужинов на неделю является использование технологии су вид (фр. sous vide – «в вакууме»).

GROWFOOD

AESTHETICFOOD.RU

(ООО «ГФ Трейд»)
(ООО «Эстетик Фуд»)

Ресурсы предлагают большой выбор программ сбалансированного питания по привлекательной цене.

EAT2FIT.RU

(ООО «Здоровое питание»)

Личный контакт все еще привычнее, нежели онлайн консультация. Консультант-диетолог сервиса готов помочь в подборе рациона. Правда, за профессионализм придется раскошелиться.

ОБРАЩАЕТ НА СЕБЯ ВНИМАНИЕ, ЧТО ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВАЯ ФОРМА БОЛЬШИНСТВА СЕРВИСОВ ПО ДОСТАВКЕ ЗДОРОВОЙ ЕДЫ – ЭТО ИП (ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ). ЛЬГОТНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ИМЕЕТ ОПРЕДЕЛЯЮЩЕЕ ЗНАЧЕНИЕ. ВЛАДЕЛЬЦЫ УПОМЯНУТЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ, КАК ПРАВИЛО, НЕ ТОЛЬКО РУКОВОДЯТ ПРОЦЕССОМ, НО И УЧАСТВУЮТ В НЕМ В РОЛИ ШЕФ-ПОВАРА ИЛИ АДМИНИСТРАТОРА. О ДОХОДАХ СВОЕГО БИЗНЕСА ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ ПОСТАРАЛИСЬ НЕ УПОМИНАТЬ, НО, УЧИТЫВАЯ ПОРЯДОК ЦЕН И УРОВЕНЬ ЗАРПЛАТ В ПЕТЕРБУРГЕ, МОЖНО ПРЕДПОЛОЖИТЬ, ЧТО ПОКА ПОДОБНЫЙ КРАФТОВЫЙ БИЗНЕС – СКОРЕЕ ИСТОРИЯ О САМОЗАНЯТОСТИ И САМОРЕАЛИЗАЦИИ, НЕЖЕЛИ О СЕРЬЕЗНОМ ЗАРАБОТКЕ.

ТУНИС, АЛЖИР, МАРОККО

Во времена Османской империи производство вина, существовавшее здесь еще две тысячи лет назад, было сведено почти к нулю, и французам пришлось, по сути, начинать все заново.

Алжирское виноделие получило новый импульс к развитию во времена правления маршала Бертрана Клозеля (бывшего наполеоновского генерала). Он лично курировал эту отрасль и в 1861 году открыл две крупные винодельни в окрестностях столицы. Очередной генерал-губернатор Алжира Альфред Шанзи пошел дальше и начал способствовать переселению в Северную Африку виноделов из Лангедока, Долины Роны и других южных регионов Франции. Они высадили в Алжире более ста тысяч гектаров виноградников, и винодельческая отрасль стала в этой стране главной на десятилетия.

Именно «тельным» алжирским вином в начале XX столетия разбавляли в неудачные годы «тощее» бордо (благо, контроль над такими процедурами в те времена был почти на нуле). Именно им спасались французские винолюбы, когда эпидемия филлоксеры выкосила большинство виноградников Бордо, Бургундии и Лангедока. Ну и, наконец, уже в 1970-е годы именно алжирские виноматериалы были основой печально известного в СССР «Солнцедара».

Впрочем, вскоре после обретения Алжиром независимости (то есть после 1962 года) виноделие было объявлено пережитком колониализма, площадь виноградников уменьшилась на порядок, и сегодня эта отрасль вновь пребывает в упадке. При этом Алжир все равно остается «страной номер два» в Африке по объемам производства вина (после ЮАР).

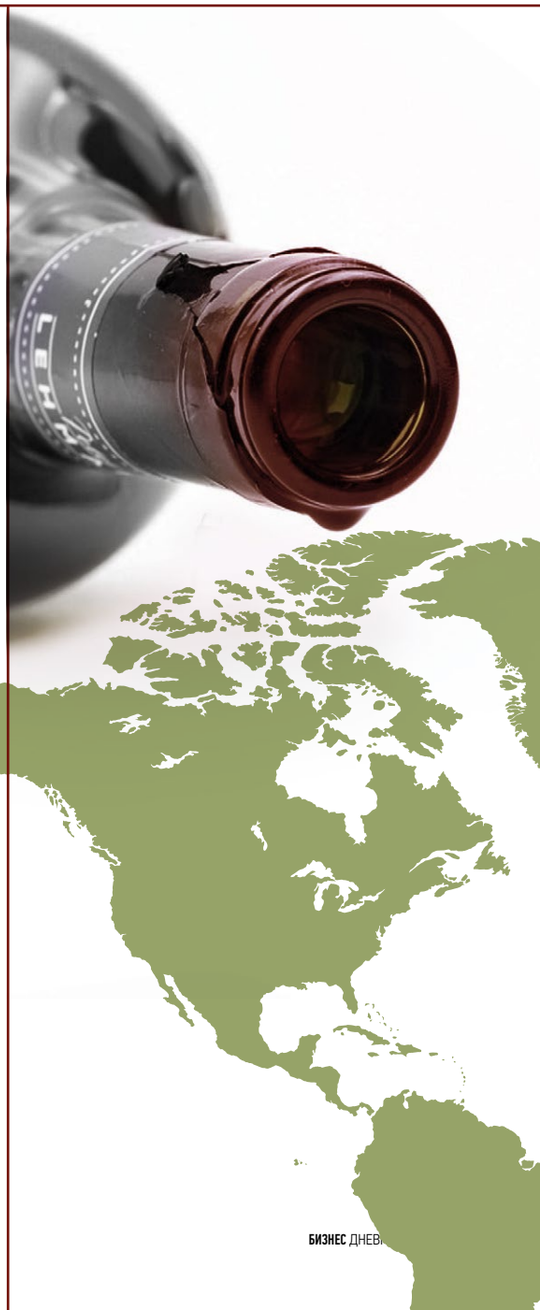
Виноделие соседнего Туниса развивалось схожим путем и примерно в те же сроки. Как и в Алжире, главными сортами являются ронские: Гренаш, Кариньян, Сира, Сенсо, Мурведр. Стилистика вин тоже аналогичная. Российские туристы очень любят закупаться в местных магазинах винами, на этикетке которых значится Grand Cru Mornag (лучший винный регион Туниса). Соотношение цена-качество – очень и очень достойное.

Почти то же можно сказать и про сегодняшние вина Марокко, где государство крайне серьезно относится к этой отрасли. Ежегодно здесь производится более 40 млн бутылок вина. А король Марокко с давних пор дружит с мэром Бордо. И лучшие вина Марокко (например, от Château Roslane и Domaine de la Zouina) сегодня представлены в самых дорогих ресторанах мира.

НЕВИННАЯ ЭКСПАНСИЯ

ФРАНЦУЗСКИЕ ВИНОДЕЛЫ ПОЧТИ ПОВСЕМЕСТНО ВЫСТУПАЛИ И ВЫСТУПАЮТ В РОЛИ МИССИОНЕРОВ, КОТОРЫЕ ОБРАЩАЮТ В СВОЮ «ПЬЯНЯЩУЮ» ВЕРУ ЦЕЛЫЕ СТРАНЫ И КОНТИНЕНТЫ. ЕСТЬ В ИХ ЧИСЛЕ ВЫСОКОКЛАССНЫЕ МНОГОСТАНОЧНИКИ, КОТОРЫЕ СЕГОДНЯ КОНСУЛЬТИРУЮТ МЕСТНЫХ ВИНОГРАДАРЕЙ В ЧИЛИ, ЗАВТРА – В АВСТРАЛИИ, А ПОСЛЕЗАВТРА – В СОЕДИНЕННЫХ ШТАТАХ. ТЕРМИН «ПЕРЕЛЕТНЫЕ ЭНОЛОГИ» КАК РАЗ ПРО ТАКИХ ВЫДАЮЩИХСЯ ЛЮДЕЙ, КАК ДЕНИ ДЮБУРДЬЕ (УМЕР ТРИ ГОДА НАЗАД), МИШЕЛЬ РОЛЛАН, СТЕФАН ДЕРЕНОНКУР... ЕСТЬ И ТЕ, КТО МЕНЯЮТ «ДИСЛОКАЦИЮ» ОДИН РАЗ И НА ВСЮ ЖИЗНЬ. И ТОЖЕ ИЗМЕНЯЮТ ВИННЫЙ МИР К ЛУЧШЕМУ.

_FREESTOCKIMAGES.RU, NORMANN COPENHAGEN ON VISUALHUNT / _АЛЕКСЕЙ ДЕНИСОВ



ЛИВАН

Два самых знаменитых хозяйства из «большой тройки» ливанского виноделия – Chateau Ksara и Chateau Musar – французы по духу и крови. Первое было основано еще в 1857 году перебравшимися в эти края монахами-иезуитами. Ну а Chateau Musar появилось на свет почти на век позже, в 1930-м – стараниями 20-летнего экономиста Гастона Ошара, очарованного бордоским виноделием и попытавшегося сделать что-то подобное на тогда еще мирной ливанской земле, в долине Бекаа. Ливан, к слову, в то время находился под французским управлением, в столице располагался солидный военный гарнизон, и вина Ошара очень пришлись по вкусу офицерскому составу. В числе тех, кто влюбился в вина Chateau Musar, оказался однажды майор Рональд Бартон, владелец одного из самых знаменитых шато – Лангоа-Бартон. С подачи Бартона Европа и узнала о ливанских винах. К слову, сын Гастона Ошара, Серж, продолживший дело отца, был одним из первых, кто удостоился звания «Человек года» от престижного винного журнала Decanter.

Необходимо добавить, что почти всё современное ливанское виноделие стоит на французских сортах винограда.

ИЗРАИЛЬ

Немалый вклад в современное мировое виноделие внес клан Ротшильдов. И не только в родной Франции, но и, к примеру, в Израиле. Так, барон Эдмон де Ротшильд в конце XIX столетия инвестировал огромные деньги сначала в виноградники, а затем и в строительство самых современных по тем временам виноделен. К делу привлекались наиболее опытные и дорогостоящие французские специалисты. Строилось всё, что называется, на века. Например, Carmel Winery – одна из популярнейших сегодня виноделен Израиля – относится к числу тех, самых первых, проектов Ротшильда.

ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

А вот со старой доброй Англией французы изрядно оплошали. Когда глобальное потепление нужным образом подогрело Британские острова (так, что здесь стали полноценно вызревать не только морозостойкие гибриды, но и классические шампанские сорта винограда: Шардоне, Пино Нуар и Менье), первыми за винными экспериментами туда устремились американцы и канадцы.

Например, уроженец Чикаго Стюарт Мосс, сколотивший состояние на производстве медицинского оборудования. В 1988 году они с женой Сэнди для начала присмотрели домик в Западном Сассексе, а затем разбили там небольшой виноградник. «Все, что я когда-либо хотела, это маленький английский домик, два акра виноградной лозы... и бесконечная бутылка портвейна», – рассказывала позднее, смеясь, Сэнди Мосс. В итоге же у них получилось одно из лучших винодельческих хозяйств Великобритании – Nyetimber – чьи игристые вина составляют серьезнейшую конкуренцию шампанскому.

Французы же всерьез взялись за эти земли совсем недавно. Только в 2017 году шампанский дом Taittinger объявил о том, что высадил виноградник в графстве Кент. Чтобы попробовать это англо-французское игристое, придется дожидаться 2023 года, когда первый релиз данного вина поступит в продажу.

США

Кто-то может подумать, что французы «подняли» и виноделие в США. Ну, в самом деле, в 1938 году в Калифорнию из Бордо по приглашению владельца Beaulieu Vineyards Жоржа де Латура приехал молодой винодел по имени Андрэ. После чего калифорнийское виноделие, переживавшее глубочайший упадок вследствие пресловутого «сухого закона», начало стремительно «цвести и колоситься», а в 1976 году в ходе знаменитой парижской дегустации и вовсе «прибило» лучшие бордоские и бургундские вина... Но при более детальном рассмотрении сразу выясняется, что означенный «Андрэ» вовсе не француз... а наш соотечественник! А именно – бывший белогвардеец Андрей Викторович Челищев.

Впрочем, французский след вы в США все-таки отыщете. Относительно недавно здесь открылось несколько филиалов знаменитых шампанских домов. Одно из самых известных хозяйств – Rubicon Estate, принадлежащее культовому кинорежиссеру Фрэнсису Форду Копполе, – привлекает к сотрудничеству самых лучших французских специалистов. Ну а консультантом двух культовых калифорнийских виноделен Screaming Eagle и Harlan Estate является упомянутый выше Мишель Роллан.

РОССИЯ

В первой половине XIX столетия, когда князь Михаил Воронцов всерьез озаботился подъемом крымского виноделия, он привлек для этих целей опытных французских мастеров. Французы исправно производили вино, которым не стыдно было угостить отдыхающего на юге императора, но учить винодельческому ремеслу русских подмастерьев отказывались. В конце концов, несостоявшихся учителей отправили восвояси, а дело Воронцова взялся продолжать Лев Голицын. Он решил в определенном смысле пойти по стопам Петра Первого и сам отправился во Францию – постигать науки виноградарства и виноделия. Толку вышло больше.

Впрочем, без французов в команде Голицына все равно не обошлось: они помогали ему обустраивать шампанское производство в Краснодарском крае. А точнее – в Абрау-Дюрсо. Имя одного такого специалиста на слуху и сегодня – это реймсский винодел Виктор Луи Жан-Мари Дравиньи. Сегодня в «Абрау-Дюрсо» главным шампанистом является его «наследник» – Жорж Бланк.

Но, пожалуй, главный прорыв в современном российском виноделии связан с другим гражданином Французской республики. Владельцам хозяйства «Лефкадия», отцу и сыну Николаевым, удалось привлечь к своему проекту не кого-нибудь, а, светлой памяти, Патрика Леона, культового винодела из Château Mouton Rothschild. Тот в течение нескольких лет не только сумел помочь россиянам сделать по-настоящему крутое красное вино (сегодня «Лефкадия Резерв 2012» обласкана иностранными винными критиками), но и успел щедро поделиться опытом со своими краснодарскими коллегами.

Французские виноделы (пусть менее известные, чем Патрик Леон) работали и с другими российскими винодельнями, такими как «Гай-Кодзор» (Ален Дюга, Ноэль Рабо) и «Раевское» (Филипп Рику). И тоже с интересными результатами.

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 и **Елене Романовне Бойко** переданы первые шесть упаковок препарата «Форстео» для курсового лечения тяжелого остеопороза, осложненного множественными переломами. **Николаю Анатольевичу Петухову** передан компактный портативный кислородный концентратор. Долгожданный прибор вернул ему возможность свободного передвижения. **Лидии Александровне Сергеевой** и **Лидии Александровне Бархатовой** переданы лекарства для восстановления после инфаркта, лечения серьезных сердечно-сосудистых заболеваний, прогрессирующей миастении, ревматоидного артрита. **Алле Александровне Чегарновой** и **Вячеславу Владимировичу Петрову** переданы современные цифровые слуховые аппараты. Проведен косметический ремонт в квартире блокадницы **Тамары Федоровны Скобиной**.

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

ДЕНИСОВА Людмила Васильевна, 73 года.

НУЖНА ПОМОЩЬ: **лекарственные препараты для лечения тяжелой гипертонии, остеопороза, язвенной болезни желудка.**

Стоимость: **122 080 руб.**

Людмила Васильевна родилась в Вологодской области и с детства мечтала переехать в крупный город. Она поступила в ленинградский техникум, выучилась и большую часть жизни трудилась мастером на крупных стройках городских больниц и ТЭЦ. Ближе к пенсии Людмила Васильевна перешла в одну из госструктур, где отвечала за памятники архитектуры. А потом пришла болезнь – рассеянный склероз. Людмиле Васильевне поставили верный диагноз, включили в программу клинических исследований, и она бесплатно получает новый импортный препарат от города. К сожалению, основное заболевание вызвало много побочных. Людмила Васильевна пережила несколько инсультов, инфаркт, у нее начались проблемы с желудком, стремительно развился остеопороз. Сейчас Людмиле Васильевне нужны дорогостоящие лекарства для курсового лечения гипертонии, остеопороза, язвенной болезни желудка, но получить их бесплатно от государства невозможно. Купить с пенсии не получается. Остается надежда на нашу с вами помощь.

ПОПОВА Нина Николаевна, 83 года.

НУЖНА ПОМОЩЬ: **мощные многоканальные цифровые слуховые аппараты.**

Стоимость: **84 050 руб.**

Нина Николаевна родилась в Витебской области. Во время войны отец ушел на фронт. Мама осталась с четырьмя детьми на оккупированной территории. Отец погиб, потом умерла мама. Нина Николаевна попала в приют, а потом уехала к родственникам в Ленинград, где поступила в ПТУ. Начинала с простой фрезеровщицы, отработала почти 50 лет, закончила начальником отдела труда и зарплаты на крупном заводе. Сейчас у Нины Николаевны осталось не так много радостей. К сожалению, уже ушли из жизни муж, дочь, внук. Дважды в год Нина Николаевна оформляет путевку в районный реабилитационный центр, где можно общаться, ходить на мастер-классы. Нину Николаевну беспокоит стремительно ухудшающийся слух. Сказывается работа в шумных цехах. К сожалению, полученные от государства слуховые аппараты ломаются и практически не помогают. Импортный прибор на маленькую пенсию не купить. Нина Николаевна надеется на наше сочувствие, потому что полноценно жить без слуха невозможно.

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 • ООО «БОЛЛФИЛТЕР РУССЛАНД» • АО «Полиметалл» • ООО «КМ-строй» • ООО «ЦВС» • АО «Барс» • ООО «Вайт-Смайл» • ООО «ГЕРМЕС» • ООО «Новый Стиль» • ООО «Фильтр СПб» • ООО «МЕДИАЛЕНД» • ООО «СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ "КАПИТАЛ-ПОЛИС"» • ООО «Стройконтроль-С» • ООО «ПРОД-СТ» • ООО «Индест» • ООО «ЕВРОПЛАСТ» • ООО «НСК ХРИЗОЛИТ» • ООО «Союз Эксперт» ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ: • Борисову Лидию Юрьевну • Бурдинову Ксению Сергеевну • Выгонную Екатерину Олеговну • Гафурова Наиля Римовича • Жукова Андрея Вилорьевича • Ишмурзина Ильдара Иршатовича • Корнеева Дмитрия Геннадьевича • Маслобоева Григория Викторовича • Присяжнюк Марию Владимировну • Смыслову Екатерину Александровну • Хашуева Увайса Абдулхакимовича • Штерна Максима Ильича • Ясева Дмитрия Васильевича

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

БИЗНЕС ДНЕВНИК
петербургское деловое обозрение

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- 4690

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: 02.09.2019

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