



ФОТО РИНА ЧЕЛОВЕЧКИ

Родом из Петербурга

Северная столица подарила России много известных торговых марок. «ДП» сделал подборку брендов, отмечающих в этом году юбилейную дату.

В начале 1990-х, когда страна вставала на путь рыночных отношений, бизнесом пытались заниматься многие — кто-то от безысходности, чтобы прокормить семью, кого-то прельщали высокие заработки. Но мало кто тогда предполагал, создавая какую-то торговую марку, что она будет жить 10, 15, а то и 25 лет.

«Журналисты удивляются, что в 1990-х мы с братом решили строить какой-то бизнес в России. Мол, кризис, зарплаты не платят, никакой стабильности плюс криминальная обстановка, что просто небезопасно для жизни. А на самом деле все как раз наоборот. Первоначальный капитал только и можно создать в стране, где смена власти, кризис, распад госструктур и чехарда с финансами. Поэтому если вы хотите заработать деньги с нуля сегодня, то нужно ехать в Африку, в Венесуэлу, на Украину или на Кубу», — написал недавно в своем аккаунте создатель бренда Sela Борис Остроброд по случаю 25-летия компании.

Рожденные в 90-е

Первый офис корпорации Sela был открыт в 1991 году в Петербурге. Компанию основали двоюродные братья Борис Остроброд и Аркадий Пекаревский, которые стали развивать собственный бренд и продавать одежду в магазинах и универмагах Петербурга. В 1997 году владельцы корпорации стали создавать свою розницу, в 1999 году вышли в Москву.

Кстати, в переводе с иврита Sela — это скала. «Аркадий Пекаревский и Борис Остроброд ходили в Израиле на красивый скалистый пляж Sela и решили, что это отличное название для компании, олицетворение силы и мощи», — рассказала представительница компании Юлия Зефирова. Имя оправдало себя. Сегодня Sela — один из признанных лидеров по созданию коллекций одежды в стиле casual. Сеть насчитывает более 400 магазинов в 300 городах России, имеет представительства в девяти странах, собственные дизайнер-бюро и производственные офисы.

В 1991 году в Петербурге зародилась еще одна одежная сеть — Lady Sharm, рассчитанная на женщин пышных форм (plus size). История создания одноименного модного дома началась с образования ателье «Люкс». «Идею заняться производством одежды нестандартных размеров

подказала сама жизнь. Оказалось, что масса женщин в те годы не только не имели возможности выглядеть привлекательно, но и рисковали своим здоровьем, поскольку не могли купить теплую одежду нужного размера», — отмечают в ООО «Леди Шарм» (оператор сети). Именно тогда и пришло понимание, что дизайнерская, высококачественная и доступная по цене одежда для женщин пышных форм будет востребована. Последующие 10 лет ателье активно развивалось, и мини-мастерская выросла в производство.

В этом году компании «Леди Шарм» 25 лет. Сеть насчитывает более 43 магазинов в России. С 2014 года компания начала развивать еще один бренд — ViX&VOX, рассчитанный на стильных и дерзких девушек с пышными формами.

Аптеки vs. беременные

25 лет назад родился еще один известный сегодня на всю страну петербургский бренд — «Фармакор». Бизнесмен, фармацевт по образованию, Александр Афанасьев создал в 1991 году компанию-дистрибьютора лекарств «Фармакор». Активный период роста у нее начался с конца 1990-х годов: в 1997 году открывается первая аптека, а спустя год — собственное производство лекарств. За один только 2008 год Александр Афанасьев открыл более 200 аптек. В настоящее время сеть насчитывает около 250 аптек в России. Правда, в последнее время «Фармакор» стал сдавать свои позиции, теряя долю рынка.

Еще по итогам первого полугодия 2012 года этот игрок имел 15,7% петербургского рынка коммерческих лекарств, а по итогам первого полугодия 2016 года — всего 6,3%. Тем не менее сеть более 7 лет уверенно входит в топ-5 аптечных сетей Петербурга.

Петербургские предприниматели Роман Ротблат и Георгий Николайчик, развивавшие с середины 1990-х годов сеть детских аптек под брендом «Для тебя и мамы», в 2006 году, нарастив сеть до 50 точек, продали ее одной из крупнейших фармацевтических компаний. На вырученные от продажи средства бизнесмены решили развивать федеральную сеть товаров для беременных и кормящих женщин. Как раз в то время в России только начинал зарождаться цивилизованный рынок товаров для беременных. Первый магазин «Буду Мамой» открыл свои двери в Петербурге в 2006 году. На сегодняшний день сеть насчитывает 115 магазинов в 65 городах России, из них 10 работают по системе франчайзинга. Последние годы компания активно развивает интернет-магазин. В этом году бренд отмечает 10-летний юбилей.

«После того как расстались с аптечной сетью, нужно было оперативно принимать решения по профилю следующего бизнеса. А «беременная» тема уже как бы наша была. Стояла задача, чтобы бренд говорил сам за себя и однозначно расшифровывал наш профиль деятельности. Нам очень понравился логотип фирмы «Дети». Коротко и емко. Так что «Буду мамой» звучит для нашего покупателя так же конкретно. По телефону, правда, приветствие «Буду мамой» слышится несколько двусмысленно, но все уже привыкли!» — рассказывает Роман Ротблат, вспоминая, что если раньше, в бытность аптек «Для тебя и мамы», мужчины с юмором спрашивали, а что есть для папы, то теперь интересуются, когда откроются магазины «Буду папой».

Печенье в стиле ИКЕА

Марке овсяного печенья «Посиделкино», принадлежащей Дмитрию Костыгинову и Августу Мейеру, в этом году 15 лет. В компании вспоминают, что в конце 1990-х — начале нулевых полка с печеньем и пряниками выглядела достаточно однообразно. Что-то интересное редко можно было найти, и, как правило, среди

дорогостоящего импорта. Средним российским производителем овсяного печенья и пряников был тогда типовой хлебозавод в каждом городе, печенье было одно-го или двух видов и одно-го-двух сортов. Кроме того, в то время фасованная продукция была чаще всего в пакетах. «Именно в тот момент пришла идея, что вроде бы простое овсяное печенье можно сделать оригинальным, разнообразным и при этом удобным, чтобы взять с собой. То есть, с одной стороны, сделать примерно то же самое в овсяном печенье, что ИКЕА сделала в мебели — крутой продукт по доступной цене за счет уменьшения всех ненужных затрат и удобной плотной упаковки «без лишнего воздуха», — рассказал представитель КО «Любимый край» Антон Купцов.

Компания решила отличаться не только упаковкой, уложив печенье плотно, но и составом, добавив в него кусочки шоколада, жюноафриканский «калиброванный» изюм и калифорнийский миндаль. «К слову, такой изюм вообще никто в Россию на то время не привозил, и сейчас это практически один поставщик», — утверждают в «Любимом крае».

По исследованию TNS Russia, «Посиделкино» — бренд №1 овсяного печенья по знанию, потреблению и покупке уже на протяжении целого ряда лет.

Часы для ФСБ и судей

Один из самых старейших петербургских брендов, рожденный еще во времена СССР, — часовой бренд «Ракета». Петродворцо-

вый часовой завод — одно из старейших предприятий России, которое в 1721 году основал Петр I. С 1961 года завод производит часы под брендом «Ракета» в честь Юрия Гагарина. После распада СССР Петродворцовый часовой завод не закрывался, но положение его было плачевным. В 2010 году группа инвесторов взялась за восстановление предприятия. Часть уникального советского оборудования неплохо сохранилась и была реконструирована и доукомплектована современной зарубежной техникой. На должность главного инженера новые владельцы пригласили бывшего директора отдела деталей хода Rolex Жан-Клода Кене, а в совет директоров вошел князь Ростислав Романов, прапрадедушкой которого был царь Николай I. Сейчас коллектив завода насчитывает около 100 человек и частично состоит из специалистов, работавших еще на советской «Ракете», частично из новых сотрудников. Продолжая давнюю традицию петергофского завода, клиентом которого был императорский двор, «Ракета» работает с индивидуальными заказами и уже изготовила часы для ФСБ, конституционный суд, спецподразделений «Альфа» и «Вымпел».

В этом году торговой марке «Ракета» исполнилось 55 лет. Сегодня ООО «Петродворцовый часовой завод «Ракета» полностью принадлежит частным лицам: 75% долей принадлежит Сергею Пален, 25% — швейцарской компании Duraine SA.

АМЕРА КАРЛОС
amera.karlos@dp.ru