

газета

## дело

НОЯБРЬ, 2020 | № 10(104)

**недвижимость |**

Многоквартирный дом на природе: новые горизонты загородного жилья

4

**ритейл |**

Почему ТС «Слата» делает ставку на эмоциональный маркетинг

11

**проект |**

Как «Хрустальный» строит мини-город на Байкальском тракте

8



# «Важно встречное движение»

**Яна Шевченко**

генеральный директор Агентства инвестиционного развития Иркутской области

| 2

7

**ФИНАНСЫ**

Дальневосточный банк – 30 лет планомерного роста

9

**ТЕХНОЛОГИИ**

Big Data – большому бизнесу

12

**ДИДЖИТАЛ**

Зачем в цифровом дизайне нужен промышленный подход

# «Важно встречное движение»

## Какие бизнес-инициативы поддерживает Агентство инвестиционного развития

Под лежащий камень вода не течет – для бизнеса эта поговорка более чем актуальна. По словам Яны Шевченко, генерального директора Агентства инвестиционного развития Иркутской области, институты поддержки бизнеса готовы всячески продвигать предпринимательские инициативы, главное – чтобы они были. О том, почему важно «двухстороннее движение», зачем бизнес переходит от торговли к инвестициям, на какую поддержку могут рассчитывать инициаторы инвестпроектов и инвесторы региона, она рассказала Газете Дело.

### ЧТО ИНТЕРЕСНО ИНВЕСТОРАМ

*Иркутскую область часто называют регионом с высоким инвестиционным потенциалом. Всё у нас есть: и природные ресурсы, и выгодное географическое положение, и низкая стоимость электроэнергии, и налоговые льготы... Хотя скептики могут раскритиковать каждый из этих пунктов, достаточно ли их для привлечения инвестиций? Какие пункты из списка преимуществ оказываются самыми важными для инвесторов?*

– Есть три базовых типа инвесторов – те, кого интересуют сырье, те, кому нужны хорошая логистика и близость к рынкам сбыта, и те, для кого важны трудовые ресурсы, их квалификация и компетенции.

Что есть у нас в регионе? Безусловно, мы очень богаты сырьем: только разведанных месторождений на территории – более 900. У нас высокий научный потенциал, компетентные инженерные кадры в различных отраслях перерабатывающей промышленности, уникальные химики, биологи, математики. Что касается логистики, то, с одной стороны, мы расположены выгодно – в непосредственной близости к определенным рынкам сбыта, и это безусловный плюс. С другой – у нас низкая плотность населения, и это минус.

Очень важно иметь стройную, понятную для инвестора систему работы. Налоговые льготы, преференции, по сути, одинаковы во всех субъектах России. Конкурировать нужно за счет другого. Найти баланс интересов инвестора, показать его возможности работать с тем, что есть на нашей территории, проявлять свой интерес к проекту – это то, что позволяет привлечь и удержать интерес инвестора и в конечном счете реализовать проект.

Конечно, чудеса бывают редко, и если не предлагать свой регион инвесторам, то и не стоит ожидать, что появится большое количество проектов. Есть правило «100/10/2», то есть если рассматривают регион 100 инвесторов, то положительное решение примут 5-10, а реализовано будет 2-4 проекта. Поэтому продвижение региона – огромная, последовательная работа, занимающая не один год. Например, чтобы с одним из корейских инвесторов дойти до регистрации юрлица в Иркутской области, мы провели более 15 презентаций на различных мероприятиях в Корее и России, встречи с топ-менеджерами, корейскими организациями по развитию бизнеса, организовывали встречи в регионе, вместе с инвестором анализировали рынок сбыта, выстраивали административные и бизнес-связи.

*С различными инвестпроектами, идеями – большими, средними, маленькими – к вам, думаю, приходят регулярно. Всем необходима поддержка и финансирование. Как определяете, кого поддерживать, а кого нет? Есть какие-то приоритеты?*

– За 3 года работы мы рассмотрели более 350 идей, из них родилось 70 проектов. И больше половины из них уже перешли в инвестиционную фазу. Система отбора, конечно, есть. Но в приоритете для Агентства инвестиционного развития – работать с местными предложениями, помогать инвесторам и инициаторам, делать все, чтобы каждый проект, который родился в Иркутской области, получил максимально возможные меры поддержки, административное сопровождение, встроился в общую экосистему региона, нашел компетентные, квалифицированные кадры и успешно реализовался.

### ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ КАЖДОГО

*Как работает Агентство, есть ли общие правила для регионов?*



Фото А. Федорова

– В Национальном рейтинге инвестиционной привлекательности регионов существует стандарт работы спецорганизаций по привлечению инвестиций. Федеральное Агентство стратегических инициатив провело крупнейшую работу по унификации подхода к инвестору во всех регионах. За первый год существования регионального Агентства мы полностью выполнили федеральный стандарт работы, а сейчас каждый год, по оценке респондентов Национального рейтинга, ее качество растет. В середине октября АИРИО вошло в топ-5 лучших Агентств России по рейтингу Национальной Ассоциации агентств инвестиций и развития.

Наша работа четко структурирована, но успешность реализации инвестпроектов зависит от инициаторов, инвестора и качества «созревшего» проекта.

*Можете привести пример удачного проекта?*

– Компания «Медтехсервис» и их проект по выпуску тест-полосок Gmate Life для определения уровня сахара у диабетиков. Помню, как автор проекта пришел в Агентство с глюкометром и все объяснил: «Есть инновационная корейская технология, которая делает тест-полоски дешевле на 30%. Я хочу организовать производство – разбираюсь в теме, потому что сам диабетик, все препараты испробовал на личном опыте. Рынок, как ни печально, растущий – надо делать».

Это – уникальная история, когда в бизнес превращается твоя болезнь. У проекта очень сильная команда, и с ними было просто работать. После анализа и дополнительной проработки проекта он был сформирован так, что в состав учредителей предприятия вошла Корпорация развития Иркутской области, и это теперь наш региональный проект. Завод построен за полтора года, сертифицирована марка Gmate Life, продукция есть во многих аптеках России. Есть интерес и на мировом рынке. В Индии, на Ближнем Востоке. На Второй международной промышленной выставке Expro Russia Uzbekistan 2019 были предложения по локализации производства. «Медтехсервис» поставили тестовую партию в Монголию, рассчитывают подписать контракт и начать регулярные продажи. Эта часть

работы проходит при поддержке представительства Агентства в Монголии.

Но это, конечно, – идеальная ситуация. Обычно для того, чтобы дойти до инвестиционной фазы проекта, мы структурируем его вместе с инициатором. Это достаточно длительный и энергоемкий процесс, который занимает от года до трех лет. В него входит и экспертиза проекта, и поиск площадок, инфраструктуры, согласование условий, и содействие в подборе персонала.

Также одна из наших задач – выдвигать инвестиционные предложения, которые важны для региона.

*Как это работает?*

– Мы ведем поиск инвестиционных ниш, вместе с министерствами формируем инвестпредложения – и работаем с бизнесом, рассказываем им о возможностях.

*Откликаются?*

– Да, и довольно часто. По такой схеме в следующем году заработает очень удачный проект – мукомольный комбинат в Братском районе. С министерством сельского хозяйства региона проработали инвестиционную нишу. На Байкальском международном форуме партнеров рассказали о том, что существует такая проблема: Иркутская область поставляет на Алтай зерно, а оттуда получает муку, своего производства в регионе нет. В итоге нас услышали: появился инициатор проекта, который собрал вокруг себя команду и решил создать комбинат.

Сегодня уже идут работы по строительству производственного корпуса. Привлечено финансирование: грант Минсельхоза, банковский заем с гарантией от Гарантийного фонда региона. Необходимо сложить много условий, чтобы инвестиционное предложение превратилось в живой завод.

*Выходит, это история про встречное движение? Вам всегда нужен заинтересованный инвестор, инициатор, чтобы потребность, идея превратилась в реальный проект, а не осталась на бумаге?*

– Конечно. И я очень люблю, когда это происходит: на месте идеи появляется конкретное производство. Например, в прошлом году в Усолье-Си-

бирском открылся завод по производству винтовых сепараторов. Мы предложили инициаторам площадку ТОСЭР в этом городе с льготными условиями. В этом году они уже поехали в Бурунди в Африке сепарировать золото – красота!

Или сейчас идет фантастический проект распределенной научной российско-швейцарско-китайской лаборатории нанотераностики и опасных заболеваний на базе Иркутского института химии СО РАН. На этапе вторых клинических испытаний их первый продукт – мобильный аппаратно-программный комплекс для определения любых вирусных заболеваний. Причем комплекс делает 200 анализов за 24 часа, что сегодня невероятно актуально.

*Возможностей, преференций, льгот для реализации инвестпроектов много. Что же мешает пользоваться ими?*

– Когда бизнесмены ищут новые ниши по развитию бизнеса, модернизации, диверсификации, просчитывают финансовую модель инвестпроекта, не всегда есть знания и возможности разобраться. Только в системе Минпромторга более 700 видов поддержки. И АИР существенно экономит время: мы поможем с инвестплощадками (для этого с муниципалитетами делаем реестр), подберем нужные льготы и преференции, которые нужны для окупаемости инвестиций, предложим варианты финансирования.

Например, говорим инициатору: существует Фонд развития моногородов, в 8 моногородах Иркутской области можно воспользоваться его поддержкой, есть 4 ТОСЭРа с льготными налоговыми условиями, вы можете столько-то сэкономить. В Фонде микрокредитования возьмите первый заем, а когда чуть-чуть подрастаете, можно будет получить финансирование и в Фонде развития промышленности. Также Корпорация развития региона может войти в состав учредителей и привлечь дополнительные средства. Можно привлечь банковское финансирование, а с залогом поможет Гарантийный фонд, можно рассмотреть частного инвестора. В Фонде поддержки предпринимательства вам помогут создать бизнес-план, сертифицировать продукцию, Российский экспортный центр позволит заявить о себе на мировых рынках.

Есть и федеральные программы поддержки. Проекты стоимостью от 1 миллиарда могут получить поддержку Российского фонда прямых инвестиций или ВЭБ.РФ.

Все это можно объединить. И чем больше поддержки – тем быстрее проект сможет состояться. Также мы работаем более чем с 15 Торгпредствами разных стран в России – это шанс входа на рынок других стран, и тут надо использовать все возможности. Сильный инструмент поддержки – вхождение в список проектов Межправкомиссий.

Агентство выступает как точка сборки всех этих инструментов для инвесторов и инициаторов проектов. Мы делаем экспертизу проекта и помогаем структурировать проект, учитывая все возможности, так, чтобы инвестиции были возвращены быстрее и проект начал приносить прибыль.

*Насколько иркутским предпринимателям вообще интересна инвестиционная тема? Все-таки наш город преимущественно торговый...*

– За последние годы я наблюдала несколько ярких историй, когда люди, создавшие торговый бизнес, со временем приходили к тому, что только продавать им становилось неинтересно – и они создавали производство. Так что все меняется.

И потом, важно понимать, что такое инвестиция. Иногда бизнесмен, расширяя свое дело, не осознает, что начал инвестиционный проект, и есть возможность улучшить его показатели, используя преференции и льготы. Есть и другая сторона: приходится объяснять, например, что инвестор – это не благотворитель, а человек, который хочет не про-

сто вернуть свои средства в стандартные сроки от 4 до 5 лет, а планирует получить вполне конкретную прибыль, причем большую, чем от гарантированных вложений. Он рискует, и его средства дорогие. Чаще всего частный инвестор будет настаивать не только на контроле проекта, но и на управлении. Поэтому привлечение частных инвесторов всегда сложнее, чем работа с институциональными инвестициями от банков и различных фондов.

## ОТ ДИКОРОСОВ ДО КОСМИЧЕСКИХ УРОКОВ

**Какие проекты из малого и среднего бизнеса находятся сейчас на сопровождении у Агентства?**

– Инвестиционные проекты нельзя делить на малые и средние. Потому что у инициатора из малого бизнеса проект может быть рассчитан на несколько миллиардов, а у крупного может быть небольшой локальный проект, но его не назовешь малым. Также есть разделение на коммерческую и социальную части.

Есть, например, иркутский парк «Патриот». Новая звезда на туристической карте Иркутска. Проект практически состоялся за 3 года. Инвестировано уже 230 миллионов рублей. Созданы тир, музей, восстановлено настоящее бомбоубежище, есть офицерская столовая, игровая зона. Но инициаторы проекта ведут большую военно-патриотическую работу, занимаются со школьниками. Вошли в проект ГК «Роскосмос». Недавно прошел первый космический урок с иркутским космонавтом Анатолием Иванишиным с прямым подключением к Международной Космической Станции на площадке парка. Парк «Патриот», как многие сейчас, включился в поддержку наших медицинских учреждений. Недавно преподнесли в дар ОГБУЗ «Иркутской городской клинической больнице №1» Анализатор гематологический Mindray BC-6800. Эта лаборатория стоимостью 4 млн рублей является уникальной системой, которая позволяет лаборантам не только проводить общий анализ крови, но и определять лейкоцитарную формулу.

Все проекты интересны по-своему, и каждый для нас ценен. Один из ярких – «Дикая Сибирь» Александра Деева по сбору и переработке дикоросов. Бренд уже известен на федеральном уровне. Правда, пандемия вносит коррективы, но Александр – настоящий инициатор инвестпроектов: фонтанирует идеями, ищет новые ниши, работает с ними. С таким человеком приятно идти вместе, оказывая поддержку в реализации его инвестиционных проектов, это уникальное сотворчество.

**А есть ли проекты в образовании?**

– Да, есть несколько на сопровождении. Проект по созданию Байкальской школы новых возможностей «Поколение гениев» в Большом Голоустном признан на федеральном уровне и сейчас вошел в социальный акселератор АСИ.

В рамках нацпроекта «Образование» прорабатывается создание межвузовского кампуса. Проект стоимостью более 6 миллиардов. Новое городское пространство позволит развить образовательную инфраструктуру, создаст среду современного уровня для студентов и преподавателей. Создана рабочая группа под руководством председателя правительства региона Константина Зайцева, раз-

рабатывается концепция проекта, идет подбор земельного участка.

**Инвестиции – это всегда риски. Все проекты не могут быть успешными на 100%. Есть ли у вас какие-то критерии успеха?**

– Как показывает мировая практика, 20% проектов с великолепной идеей, отличной командой, обеспеченные финансово – не состоятся. Это нормальный общепринятый показатель. Обычный срок реализации инвестиционного проекта – 4-5 лет, а нашему Агентству 3 года, поэтому оценивать успешность рано. Уже 10 проектов перешли на стадию производственной деятельности, это уже полноценный бизнес, но возврат инвестиций еще не наступил – подводить итоги рано. Думаю, к этому вопросу можно будет вернуться через пару лет.

Сейчас самое важное, что проектов становится больше. Успех одних вдохновляет других. Например, у нас есть проект – «Сибирская лесовосстановительная компания» в Шелехове. Еще в январе этого года все было на стадии идеи, а теперь – работает. В конце августа компания отгрузила более 1,7 миллиона сеянцев с закрытой корневой системой, которые теперь растут в тайге Братского района. На следующий год планируется увеличить объем производимых сеянцев до 4,5 млн, и сажать не только сосны, но и лиственницы.

Конечно, все это заслуга инициатора проекта – очень подготовленного, погруженного в тему, четко рассчитавшего свою инвестиционную нишу. Проект инновационный в своей сфере, автор сотрудничает с лучшими учеными из Санкт-Петербургского научно-исследовательского института лесного хозяйства, Всероссийского института повышения квалификации руководящих работников и специалистов лесного хозяйства, СИФИБР СО РАН.

Но важно не только это: после репортажа о визите на производство главы Рослесхоза Сергея Аноприенко и губернатора Иркутской области Игоря Кобзева мы за один день получили пять заявок от других инициаторов проектов, которые сказали: «У нас тоже есть участок, мы тоже хотим в моногороде выращивать саженцы с закрытой корневой системой».

Это та цепочка, которая дает возможность экосистеме предпринимательства региона расти инвестиционно. Почему эти люди к нам пришли? Потому что увидели, что другой человек запустил проект за полгода – значит, это возможно. Это говорит о хорошем инвестиционном климате.

## МАСШТАБНЫМ ИНВЕСТПРОЕКТАМ ПОМОГУТ

**Крупный бизнес на территории региона традиционно реализует масштабные инвестпроекты, все они долгосрочные, капиталоемкие. Какие компании обращаются к вам за поддержкой и финансированием? Или рассчитывают только на себя?**

– В Иркутской области существует специальный статус региональных инвестиционных проектов, и уже есть 20 таких проектов, суммарная стоимость – 264 миллиарда рублей. Это проекты от 50 миллионов за 3 года либо от 500 миллионов за 5 лет, которые получают налоговые преференции в статусе РИП.

Три проекта получили статус РИП в 2020 году на Инвестсовете под руководством главы региона Игоря Кобзева: «Строительство 1-го пускового комплекса Тайшетского алюминиевого завода» (стоимость проекта: 65,3 млрд рублей), «Строительство горно-обогатительного комбината на базе месторождения «Светловское» в Бодайбинском районе» (стоимость проекта: 16,5 млрд рублей), «Строительство Тайшетской анодной фабрики» (стоимость проекта: 52 млрд рублей). Только в Тайшете будет создано больше 2 тысяч рабочих мест, построен новый микрорайон, город получит новое развитие.

Инвестиционные агентства – это некоммерческие организации, вынесенные за рамки госструктур, и это не случайно. Мы разговариваем с бизнесом на одном языке, можем аккумулировать запросы компаний, быстрее их согласовывать. Мы заинтересованы в этом, наш КРП в том, чтобы проект состоялся, поэтому, как только инвестор готов к какому-то этапу, мы стараемся максимально быстро собрать для него нужное совещание, согласовать графики, оказать любую административную поддержку, помочь привлечь финансирование, например, можно использовать те же инструменты от Фонда развития промышленности, который дает до 500 млн рублей под 1% для реализации инвестиционных проектов промышленности.

Для реализации многомиллиардных инвестпроектов на уровне правительства региона создаются рабочие группы, которые по дорожным картам совместно с инвестором реализуют все этапы проекта. Конечно, в этом процессе есть и зона ответственности АИР, наша задача – сделать реализацию таких проектов, впрочем, как и любых других, как можно комфортнее, помочь в решении разных вопросов: найти земельный участок, согласовать какие-то условия, вести мониторинг, найти потенциальных поставщиков и в целом сопровождать интеграцию в экономику региона.

Кстати об интеграции, наш инвестор ПАО «Высочайший» помог Институту химии им. А.Е. Фаворского СО РАН приобрести средство, необходимое для исследований по разработке противовирусных лекарств, в том числе, против Covid-19. Этот препарат невозможно купить на рынке: его используют тоннами в технологическом процессе золотодобывающие компании, а получить несколько десятков килограммов – неразрешимая проблема, даже для института РАН. От нас нужна была координационная работа – все получилось, институт продолжает свои исследования.

**Коллаборация бизнеса и науки?**

– Да, и она не раз доказывала свою эффективность. Это одно из преимуществ нашего региона. Важно сказать, что любой крупный инвестпроект так или иначе работает с научным сообществом.

**Новые региональные программы поддержки возникают довольно часто. Одна из последних – «Региональные чемпионы». Как помогаете**

**компаниям вырасти до чемпионов федерального масштаба?**

– Существует федеральная программа «Национальные чемпионы» – сервис для быстрорастущих, высокотехнологичных предприятий. В Иркутской области такое звание носит пока только одна компания – «Фармасинтез». Таким бизнесам, доказавшим свою успешность, эффективность, государство готово помогать – чтобы они становились из «Национальных чемпионов» мировыми.

На одной из сессий «Форсайта на Байкале» родилась идея совместно с федеральными чиновниками сделать подобную программу на местном уровне – своего вида консердж-сервис для высокотехнологичных компаний и превращения их из региональных чемпионов в национальные. Идея была одобрена, и сейчас программа реализуется в 10 регионах. В прошлом году в Иркутской области 10 компаний были признаны финалистами отбора, и с ними идет адресная работа.

Гордимся нашим региональным чемпионом – компанией «Азия Мьюзик Компани», она вошла в федеральный список Минпромторга РФ как системообразующее предприятие. В 2020 году компания пополнила свое портфолио созданием в школе «Новая эра» в Тулуне, одной из самых современных и передовых школ России, актовому и форумному зала, оснащенного по последнему слову техники оборудованием производства «Азия Мьюзик Компани». Установлены комплекты звукового и светового оборудования, комплекты механики и одежды сцены, кресла зрительного зала. Все оборудование изготавливалось по индивидуальным эскизам и чертежам для создания пространства в едином дизайнерском стиле.

**Знаю, что без продукции «Азия Мьюзик Компани» ни один концерт не обходится.**

– У них уникальное производство – полный цикл, начиная с музыкального оборудования: инструменты, колонки, пульта, заканчивая оборудованием для зала: кресла, противопожарный занавес, одежда сцены. Сейчас компании доверили войти в федеральную программу по замене пианино во всех музыкальных школах страны.

**Хорошо, что позитивных новостей так много. И все-таки кризис не может не отражаться на жизни предпринимательского сообщества. Что бы вы пожелали бизнесу в это непростое время?**

– Мне кажется, это бизнес может нам желать (улыбается). Я вот всегда восхищаюсь людьми, которые способны быстро сориентироваться в меняющейся ситуации, увидеть, где может быть успех, которые способны подниматься после падения.

Как отметил Сопредседатель Наблюдательного совета НААИР, Президент РСПП Александр Шохин: «Региональные агентства инвестиций и корпорации развития стали одним из ключевых элементов, формирующих инвестиционный климат в субъектах Российской Федерации». Поэтому мы работаем и всегда готовы к сотрудничеству.

Елена Демидова

## СПРАВКА

**Агентство инвестиционного развития Иркутской области** – автономная некоммерческая организация, созданная для привлечения инвестиций в экономику Приангарья. Главная задача Агентства – сопровождать инвестиционные проекты в режиме «одного окна» от

стадии обращения до стадии реализации. Второе основное направление деятельности – продвижение инвестиционного потенциала региона и конкретных инвестпроектов на выставках, форумах, бизнес-миссиях и иных конгрессных мероприятиях в России и за рубежом.



# Квартира на природе

## В загородном поселке «Горизонт» строят второй многоквартирный дом

Большой дом с земельным участком – так многие представляют себе жизнь за городом. Реальность, однако, идет вразрез со сложившимися стереотипами: в поселке «Горизонт», например, строят не только таунхаусы и квадрохаусы, но и многоквартирные дома: квартиры в первом раскупили в рекордные сроки, сейчас открыты продажи во втором. О причинах популярности и «изюминках» формата мы поговорили с девелопером поселка «Горизонт», генеральным директором УК «Система АМТ» Антоном Кондратьевым.

### ДОМ – ЭТО ВСЕШ ПОСЕЛОК

*Антон, говоря о загородном жилье, мы в первую очередь представляем себе дом: коттедж, таунхаус... Квартира за городом – прямо скажем, не самый очевидный формат. Не было сомнений, когда вывели этот продукт на рынок?*

– Мнения в команде были разные. Обсуждали, спорили, насколько этот формат жизнеспособен, востребован, нужны ли вообще квартиры за городом или нет. Мы были заложниками тех самых стереотипов, о которых говорите и вы: жилье за городом – это частный дом с высоким забором, большим участком... Но оказалось, что людям зачастую хочется совсем не этого. Не за этим переезжают за город.

#### А за чем?

– Главный критерий для большинства – безопасность. Многие говорят: «У нас ребенок уже большой, может гулять сам, но в городе мы боимся отпускать его – это небезопасно». Здесь все иначе. Думаю, у многих, как и у меня, была в детстве бабушка в деревне, и это было самое классное время, когда ты приезжал в деревню и мог гулять, где угодно, и за тебя никто не переживал. В «Горизонте» режим «бабушка в деревне» работает 24/7. У детей – свои компании, свои интересы. И гораздо больше свободы.

Второй запрос – на архитектуру, красоту, эстетику. Можно купить квартиру в городе, и хорошую, но за вид из окна отвечает другой застройщик, и с этим может не повезти. Здесь, в «Горизонте», у нас единая, при этом разнообразная архитектура: дома разные по цвету, форме, этажности, но выполнены в одном стиле. Кстати, этот фактор тоже очень популярен среди покупателей с детьми. «Почему в Италии много художников и творческих людей? Потому что они растут в такой атмосфере», – так они говорят. Трудно не согласиться. Когда растешь среди однотипных «панелек», достичь высот в творческой сфере можно, наверное, только вопреки.



Антон Кондратьев, генеральный директор УК «Система АМТ»

Фото А. Федорова

*А экология важна для покупателей?*

– Конечно. Экология, близость к природе. Я всегда говорю: если вы переезжаете за город, то нужно жить либо у воды, либо у леса. Идеально, если есть и то, и другое. Жителям «Горизонта» в этом смысле повезло.

Локация – 9 км Байкальского тракта – и транспортная доступность для многих также является определяющим критерием. Например, у нас есть клиенты, которые рассматривали покупку квартиры в Октябрьском районе. Проехали, замерили: в зависимости от загруженности дороги, до «Горизонта» – 5-7 минут. Приняли решение: эти 7 минут не стоят того, чтобы жить в городской многоэтажке.

*То есть важно именно это: безопасность, архитектура, экология,*

*локация, а не формат самого жилья?*

– Как оказалось, многим вовсе не нужны свои дома и участки. Наоборот, есть стремление сохранить городское качество жизни, уровень комфорта, которое дает квартира. У нас здесь городские сети – в этом смысле ничего не меняется.

Есть и обратная ситуация: квартиры пользуются спросом у людей, которые уже пожилы за городом и на собственном опыте убедились: содержание дома и земли требует затрат – и временных, и денежных. «У вас будет набережная? И газоны? И за всем будет следить управляющая компания, а не мы? Покупаем квартиру!».

*Квартиры в первом доме раскупили очень быстро. Вы ожидали, что спрос будет таким высоким?*

– Мы верили в успех этой концепции, но спрос превзошел наши ожидания. Хорошо «попали» в потребности: такого предложения – квартир в малоэтажных домах в уединенном месте – на рынке не было, а запрос существовал.

*В «Горизонте» разные типы жилья: многоквартирные дома, таунхаусы, квадрохаусы. Мультиформатность – осознанный ход?*

– Это как с автомобилями. У «Мерседеса», например, разные классы: есть S, есть S, но все это – «Мерседес». Если, скажем, семья – поклонники марки, то все ездят на этих автомобилях: кто-то на большом «Мерседесе», кто-то на маленьком. Мы действовали в той же логике. У нас довольно много семейных покупок: часто, например, родители выби-

рают таунхаус или квадрохаус в «Горизонте» для себя, а детям покупают квартиру. Или наоборот: дети выросли, большая площадь не нужна, но жить в городе не хочется. Загородная квартира – идеальный вариант.

Понимаете, здесь, в поселке, понятие дома не сводится только к жилплощади. Жители воспринимают своим домом не квартиру или таунхаус, а весь поселок – с его благоустройством, набережной, общественными территориями, единой архитектурой.

### ОБЩЕНИЕ С ПРИРОДОЙ – ОТ УЧАСТКА ДО КРОВЛИ

*Многоквартирные дома строили за городом и раньше. Но, кажется, квартиры с участками и эксплуатируемой кровлей – это что-то новое для иркутского рынка. Как пришли эти решения?*

– Наша основная идея состояла в том, что у человека, который переезжает и живет за городом, должна быть возможность общаться с природой. Даже в многоквартирном доме. Мы эту возможность дали: у тех, кто живет на первом этаже, есть небольшие земельные участки. Жители второго и третьего этажей могут пользоваться эксплуатируемой кровлей – и тоже получают возможность единения с природой. Тем более, что дом стоит выше по рельефу, он выше остальных домов по этажности – открывается отличный вид на залив.

#### Альтернатива летней веранде?

– Да. Место, где можно собираться, проводить время, загорать, встречать рассветы, провожать закаты, выйти с супругой после рабочего дня с бокалом вина, собраться на ужин с соседями.

*Покрытие выдержит такую «рекреационную» нагрузку?*

– Мы сразу решили, что кровля будет эксплуатируемой, поэтому использовали более дорогие и прочные материалы. Понятно, что без подготовки кровля сама по себе эксплуатируемой не станет. Дорожки и зоны отдыха мы выкладываем крупнофор-

### МИНИМУМ СОСЕДЕЙ

1 В подвезде городской многоэтажки может жить 130 семей. Столько же будет жить во всем поселке «Горизонт», на площади 5 га. Приватность и уединенность будет обеспечена и в многоквартирных домах, каждый из которых рассчитан на 18 семей. В одном подвезде на этаже располагаются четыре квартиры, во втором – всего две. Дома спроектированы таким образом, что каждая квартира соседствует только с одной, причем соприкасается нежилыми помещениями.

130 семей  
будет жить  
в поселке «Горизонт»  
на площади 5 га

## 5 «фишек» многоквартирных домов в «Горизонте»

### ЭКСПЛУАТИРУЕМАЯ КРОВЛЯ

3 Встречать рассветы, провожать закаты и любоваться заливом с самой высокой точки в поселке смогут жильцы многоквартирных домов в «Горизонте». На эксплуатируемой кровле можно отметить день рождения, устроить ужин с соседями или провести время в компании второй половинки.

### ЛОББИ НА КАЖДОМ ЭТАЖЕ

4 Возможность общения не менее важна, чем приватность. Для авторов «Горизонта» важно, чтобы в поселке возникало комьюнити. На эту задачу работают разнообразные общественные пространства, в том числе просторные лобби-зоны площадью 50 кв. м на каждом этаже многоквартирного дома. В большом холле с панорамными окнами можно будет встретиться с соседями, пообщаться, поиграть в настольные игры, полюбоваться природными пейзажами за чашкой чая.

### ДОСТУПНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

2 Содержание загородной квартиры не ударит по кошельку. В «Горизонте» действуют сельские тарифы на электроэнергию. Работает своя управляющая компания, услуги которой обойдутся в 25 рублей за квадратный метр. По предварительным подсчетам, полное обслуживание квартиры (включая электроэнергию и водоснабжение) в 100 кв. метров в зимний период будет обходиться в 4-5 тысяч рублей, летом – существенно дешевле.

4-5  
тыс. рублей  
за обслуживание  
100 кв. м

### ЗЕМЕЛЬНЫЕ УЧАСТКИ

5 Владельцы квартир на первых этажах смогут почувствовать себя настоящими загородными жителями: на небольшом приусадебном участке можно поставить беседку, устроить зону барбекю, высадить цветы. А можно ничего не делать – вынести шезлонг и отдыхать, наслаждаясь естественной природной красотой – деревьями, кустарниками, лесной травой.



матной плиткой, оставшуюся часть засыпаем круглой щебенкой.

**Озеленения на крыше не будет?**

– У нас всегда есть желание сделать больше. Но мы каждый раз думаем о том, как люди будут это эксплуатировать впоследствии. Не хочется потратить кучу времени и усилий, а потом видеть, как все приходит в запустение только потому, что это дорого содержать. Озеленение и газон были в проекте благоустройства кровли, но мы посчитали, во сколько обойдется эксплуатация такой красоты, – и отказались от этой идеи.

**Никаких навесов на кровле, я так понимаю, не планируется. Где можно будет хранить мебель, инвентарь?**

– На верхней лестничной площадке мы специально запроектировали достаточно большое закрытое пространство, которое можно использовать для хранения всей утвари – как летом, в дождливую погоду, так и зимой.

**Жители первых этажей будут загорать и делать барбекю на своих собственных земельных участках?**

– Да, жителям квартир на первом этаже мы предлагаем индивидуальные земельные участки, площадью от сотки до двух. Выйти на участок можно прямо из своей квартиры. Капитальное строительство на этой земле, конечно, вести нельзя, но беседки, веранды – пожалуйста. А можно ничего не делать – просто наслаждаться при-

родой. Мы постарались максимально сохранить на участках и деревья, и подлесок. Выходишь из квартиры – и попадаешь в лес.

**СОСЕДЕЙ МАЛО, ПАРКОВОК ДОСТАТОЧНО**

**В чем, помимо тех «ноу-хау», о которых вы сказали, отличие ваших многоквартирных домов от того, что строили за городом раньше?**

**Владимир и Евгения Лопачевы в интервью Газете Дело рассказывали, что переехали в «Горизонт» как раз из загородной квартиры в Молодежном.**

– Это абсолютно разные форматы. Там был отдельно стоящий пятиэтажный дом, с огороженной территорией. А у нас – три этажа и вся инфраструктура поселка, с его архитектурой, эстетикой, природным окружением.

**Три этажа, а сколько квартир?**

– В доме два подъезда. В одном – четыре квартиры на этаже, во втором – всего две. При этом дом спроектирован таким образом, что у каждой семьи только один сосед. Квартиры при этом соприкасаются не жилыми помещениями, а ванными, хозяйственными комнатами и коридорами.

**С парковкой проблем не будет?**

– В доме 18 квартир, парковочных мест – 28. Для гостей мы предусмотрели отдельную просторную парковку.

**ПЛАНИРОВКА НА СВОЙ ВКУС**

**Расскажите подробнее о самих квартирах. Какие площади, сколько комнат?**

– У нас квартиры от 75 до 109 кв. м. Минимальный порог в 75 «квадратов» мы определили вполне сознательно: не смогли ответить себе на вопрос, зачем нужны маленькие квартиры за городом. В нашей картине мира маленькие квартиры – это городское жилье для молодой семьи или молодого человека, который очень активно вовлечен в городскую жизнь и использует это место, условно говоря, для сна.

Мы предлагаем квартиры двухкомнатные и трехкомнатные. Причем комнатами считаем только спальни. К примеру, двухкомнатная квартира площадью 80 кв. м включает две спальни по 14 квадратов и кухню-гостиную порядка 30 квадратов. Кроме того, в каждой квартире мы стараемся сделать хозяйственную комнату. Это позволяет убрать из красивой ванной комнаты не самые эстетичные, но неизбежные – особенно для семей с детьми – стиральные машинки, тазы, сушилки для белья.

Там же располагаются и инженерные сети. У нас каждая квартира имеет собственный котел отопления. На первом этаже предусмотрены теплые водяные полы, на втором и третьем – радиаторы отопления. Можно регу-

лировать, когда включать тепло, когда отключать, определять комфортную степень нагрева.

**Кстати, о тепле. В доме большие окна. Зимой никто не замерзнет?**

– Когда проектировали дом, для нас главной задачей было сделать большие окна, чтобы природа «входила» в каждую квартиру. Новое остекление, в том числе эркерное, угловое, мы уже использовали в таунхаусах и квадрохаусах – нашим жителям очень нравится. Современные технологии идут вперед – уже нет смысла делать маленькие окошки, как в старых квартирах. Сегодня можно очень комфортно жить с окнами «в пол» и не переживать о промерзании.

**На сайте представлены разные варианты планировок. Всегда ли покупатели квартир следуют им? Или придумывают свое?**

– Сейчас в первом доме многие заканчивают ремонт, заселяются – мы видим, что некоторые жильцы делают такие планировки, которых у нас даже в голове не было. Наша главная идея всегда была в том, чтобы обеспечить людям эту вариативность, возможность творить свой дом. В этом проявляется индивидуальность, и это очень важно. Да, в Европе продают готовые, укомплектованные квартиры – но это не наша история. Нашему человеку всегда хочется сделать по-своему, что-то свое привнести.

**ОТ НАБЕРЕЖНОЙ ДО ШКОЛЬНОГО АВТОБУСА**

**Вы сказали, что жители «Горизонта», независимо от типа жилья, домом воспринимают весь поселок. Что именно входит в этот большой дом? Какие общественные пространства, территории?**

– Основная масса общественных территорий у нас сосредоточена на набережной. На площади в 1,8 гектара мы запроектировали все необходимое. Детские площадки – одна для маленьких детей, другая для ребят постарше – из опыта знаем, что в каждом возрасте свои интересы и свои популярные места для игр. Многофунк-

циональная спортивная площадка: можно будет поиграть и в волейбол, и в футбол, и в теннис. Спорт – это то, что объединяет семьи. Мы всю неделю проводим на работе, детей видим только по вечерам. Здорово, когда есть общее занятие: выйти с сыном, с дочкой мяч погонять или побегать всей семьей. Набережная – 350 метров, когда закольцевали – получился круг порядка 900 метров. Можно бегать и наслаждаться пейзажами.

**Озеленение в поселке естественное? Или планируете какие-то дополнительные насаждения?**

– Мы максимально сохраняем березовую рощу. Но зеленые насаждения тоже планируем. Выделили, например, специальное место для посадки «семейных» деревьев. Когда поселок заселится, каждая семья, кто захочет, сможет принять участие – посадить свое дерево и ухаживать за ним.

**А шезлонг летом будет где поставить? Позагорать, покататься?**

– Конечно. Проектом предусмотрена достаточно большая зона с газоном, где летом можно и различные мероприятия проводить, и просто позагорать, а зимой – залить горки, елку поставить, в снежки поиграть.

**Для молодых семей актуальна и социальная инфраструктура: школа, садик, поликлиника...**

– С этим проблем нет. Основная масса детей, которые уже живут в «Горизонте», учатся в «Космической» школе в Молодежном. Пока школьный автобус ходит до «Снегирей», но в следующем году сделаем остановку и продлим маршрут до нашего поселка. Детские сады тоже есть в Молодежном. Там же построили отличную поликлинику. Надо отдать должное муниципалитету: все необходимое сделано.

Сейчас совместно с Администрацией Молодежного МО мы ведем работу по ремонту муниципальной дороги, первый этап в завершении в этом сезоне, полностью закончим работы в следующем году. От «Снегирей» до «Горизонта» будет асфальт. Внутри поселка в первой очереди он появился уже в этом году – для нас очень важно, чтобы те люди, которые уже живут в «Горизонте», получили должный уровень комфорта и благоустройства.

**5 вопросов о покупке квартиры в «Горизонте»**

**1. Много ли квартир в продаже?**

– В первом доме все квартиры проданы, сейчас открыта продажа во втором, строящемся доме. Квартиры бронируют и покупают быстро, особенно большим спросом пользуются первый и третий этажи. В первом случае покупателей привлекают земельные участки, во втором – прекрасный вид, открывающийся из окон на залив и березовую рощу.

**2. Когда будет готов дом?**

– Срок ввода – первый квартал 2022 года.

**3. Сколько стоит загородная квартира в «Горизонте»?**

– Нижний порог – 5,9 млн рублей.

**4. Это «долевка»?**

– Да, квартиры продаются по договорам долевого участия.

**5. Можно ли купить квартиру в ипотеку?**

– Можно. Есть ипотека с господдержкой, 5,9%, есть сельская – 2,7%. Важно учесть ограничение по сумме: в первом случае – 6 млн рублей, во втором – 3 млн.

Девелопер работает по льготным программам со всеми крупными банками – ипотеку для своих клиентов получает самостоятельно, ведет все переговоры. Покупателю нужно появиться в банке только на подписании договора.



**СПРАВКА**

**Поселок «Горизонт»** – это современный организованный поселок с домами повышенной комфортности, расположенный в самом начале Байкальского тракта (п. Новая Разводная). Поселок расположен недалеко от всех необходимых объектов социальной инфраструктуры, оснащен центральными инженерными сетями, до поселка проложены городские сети воды и канализации, отличается прекрасной транспортной доступностью. Еще одно преимущество «Горизонта» – уникальный ландшафт: лесная зона, берег залива с благоустроенной набережной (прогулочная зона, велосипедные дорожки, детские площадки для малышей и детей постарше, спортивные площадки, оборудованный спуск в воду для техники).



(3952) 96-35-09  
gorizont-park.ru  
Управляющая компания  
«Система АМТ»  
Проектные декларации  
на сайте наш.дом.рф

Фотоиз архива компании

## 1 100 компаний Иркутской области подключили для своих сотрудников телемедицину СберЗдоровье

Работодатели в регионах, в условиях развивающейся пандемии коронавируса, активно подключают коллективы организаций и предприятий к телемедицинским услугам сервиса СберЗдоровье.

По данным Байкальского банка Сбербанка, в Иркутской области, Якутии, Забайкальском крае, Бурятии с начала 2020 года корпоративные пакеты услуг телемедицины приобрели более 2 тысяч компаний.

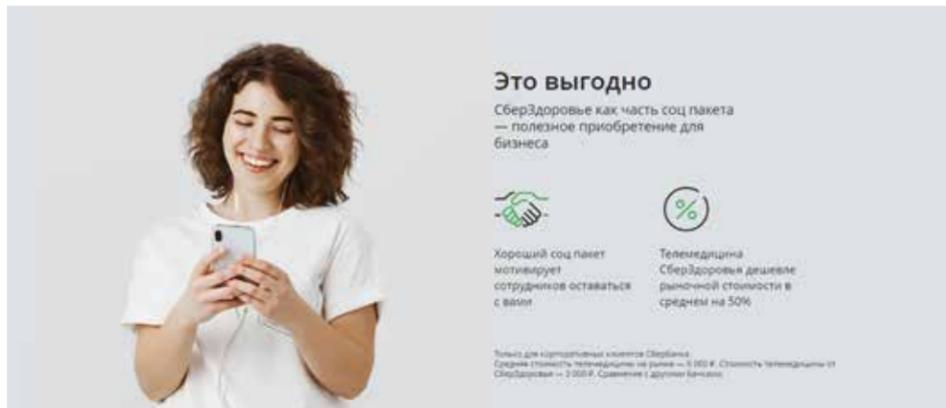
Наиболее активным периодом по оформлению подписок на удаленные консультации дипломированных врачей приложении СберЗдоровье стал 3 квартал 2020 г. Регионом – лидером по количеству платных подписок на телемедицинские услуги среди территорий присутствия Байкальского банка Сбербанка является Иркутская область, в 2020 г. пользователями корпоративных пакетов на получение удаленных консультаций докторов стали более 1100 предприятий и организаций Иркутской области.

Дмитрий Лясковский, и. о. управляющего Иркутским отделением Сбербанка: «Интерес жителей и трудовых коллективов нашего региона к удаленным консультациям врачей в первую очередь, конечно, вызван развитием пандемии коронавируса. Люди нуждаются в оперативных

и квалифицированных консультациях докторов, а при наличии симптомов болезни многим сложно посещать поликлиники для личного приема врача. Есть сейчас и проблема большой загруженности поликлиник по месту жительства, так что сервис экосистемы Сбера – СберЗдоровье в таких условиях является реальным дополнительным инструментом врачебной помощи. Приятно, что все больше руководителей предприятий и организаций в непростое время оказывают дополнительные меры поддержки своим сотрудникам, реально заботятся об их здоровье».

Медицинский сервис СберЗдоровье доступен в маркетплейсе интернет-банка для юридических лиц СберБизнес. Для предпринимателя это возможность подключить своих сотрудников к телемедицине – онлайн-консультациям врачей по видео, аудио и в чате. Доктор отвечает в течение нескольких минут, а его заключение автоматически сохраняется в телефоне.

Приобрести СберЗдоровье можно в разделе «Все продукты и услуги» интернет-банка СберБизнес.



## Иркутская нефтяная компания задействовала 100 единиц дорожно-строительной техники на площадке завода полимеров

ООО «Иркутская нефтяная компания» выполняет подготовительные работы на площадке Иркутского завода полимеров (ИЗП) в Усть-Куте, сообщают в компании.

На объекте задействовано порядка 100 единиц дорожно-строительной техники ИНК и транспорт подрядных организаций, которые проводят работы по планировке территории, обустройству и отсыпке площадок. В рамках подготовки строительной площадки произведена выемка 1,5 млн кубометров земли. Сейчас идет подготовка насыпи, для которой потребуются 1,4 млн кубометров грунта.

Также компания планирует выполнить большой объем работ по бетонированию – при строительстве нового завода потребуется около 120 тыс. кубометров бетона. Для этих целей в компании имеются собственные дробильно-сортировочные комплексы, способные выпускать щебень 13 фракций.

На пике строительства в 2021-2022 годах на площадке будет задействовано несколько тысяч специалистов. С этой целью ИНК реализует ряд программ по обучению персонала и подготовке

кадров, в том числе за счет местного населения. Напомним, в сентябре компания завершила крупномасштабную операцию по доставке 45 единиц крупногабаритного оборудования общим весом более 4 500 тонн из Южной Кореи на стройплощадку Иркутского завода полимеров в Усть-Куте.

При строительстве завода полимеров будут использованы современные технологии, отвечающие жестким международным экологическим требованиям. Для реализации проекта привлечена японская инженеринговая компания Toyo Engineering Corporation. За соблюдение экологических требований в ходе строительства и эксплуатации будет отвечать служба экологического контроля. Также будет проводиться регулярный экологический мониторинг воды, воздуха, почв и живой природы в соответствии с графиком, согласованным государственной экологической экспертизой.



## Доля СТМ в торговых сетях «Слата» и «ХлебСоль» с начала года выросла на 25%

Доля собственных торговых марок (СТМ) в товарообороте ТС «Слата» и ТС «ХлебСоль» за 9 месяцев 2020 года выросла на 25%.

На фоне пандемии произошли изменения в потреблении продуктов питания, и спрос покупателей в связи с экономией бюджета сместился в сторону недорогих покупок. В компании считают, что собственные торговые марки в ближайшее время могут стать новой точкой роста для ритейла, поэтому намерены серьезно оптимизировать свой портфель.

Товары собственных торговых марок позволяют потребителю, сохраняя привычную потребительскую корзину, заметно экономить без потери качества. Цены на товары СТМ, как правило, ниже на 10-30%. Результаты исследований «Частные торговые марки», проведенных в июне этого года, показали, что 8 из 10 покупателей сетей приобретают товары под частными марками и основным драйвером покупки является соотношение цена-качество.

«Если учитывать затяжной период пандемии, влияние ее на экономические процессы и платежеспособность населения, то можно ожидать в ближайший год рост продаж СТМ. В сентябре 2020 года доля СТМ в товарообороте «Слаты» составила 7,5%, «ХлебСоль» – 15%. Но эта доля может быть выше», – пояснила руководитель направления СТМ в ТС «Слата» и «ХлебСоль» Елена Коновалова.

В основном товары СТМ представлены в сегменте «лучшая цена в категории» и «средний сегмент».

Особенно сильно в период пандемии вырос спрос на СТМ в категориях «Бакалея» и «Бытовая химия». Часто приобретаемые товары СТМ в сети «Слата» – алкоголь, бакалея, молоко, яйцо и кондитерские изделия, в «ХлебСоль» – аналогичные продукты, а также крупы и растительные масла.

Учитывая экономические тренды, в торговых сетях «Слата» и «ХлебСоль» намерены провести серьезную оптимизацию портфеля СТМ. Это будет способствовать развитию среднего сегмента товаров, расширению СТМ в катего-



рии «Овощи-фрукты-зелень», вводу и развитию новинок в категориях «Соки», «Бакалея», «Молочный гастроном».

«Анализируя данные по покупкам, мы отмечаем, что процент товаров СТМ в чеке в дискаунтере достигает 54%, в «Слате» – 40%. Это означает, что каждый второй покупатель приобретает товары СТМ. Нам важно предложить покупателю качественный и проверенный товар, для этого мы тщательно контролируем качество производства у поставщиков – проводим аудит производства, регулярные дегустации для оценки стабильности качества продукции, лабораторные исследования на качество и пищевую безопасность, а также на соответствие заявленных характеристик продукции нормативным документам», – подчеркнула руководитель отдела обеспечения качества Анастасия Боталова.

## Иркутский региональный филиал РСХБ отметил 15-летний юбилей

Иркутский Россельхозбанк – это единый и целостный механизм, в основе которого лежат принципы взаимовыручки, поддержки и сплоченность коллектива, на результат работает команда единомышленников.



Доверие к Банку выражают не только ключевые клиенты: крупные сельхозпроизводители, предприниматели в сфере малого и среднего бизнеса, фермеры, но и представители региональной власти. Как опорный Банк АПК, Иркутский филиал принимает участие в различных программах федерального и регионального масштаба. На сегодняшний день кредитный портфель филиала составил 11,5 млрд рублей. Клиентами филиала являются порядка 8 тыс. юридических и более 130 тыс. физических лиц.

Банк оказывает финансовую и экспертную поддержку сезонно-полевых работ и инвестиционных проектов не только представителям крупного бизнеса, где наблюдается стабильный ежегодный прирост финансирования, но и предпринимателям малого и среднего бизнеса. В последние два года «Россельхозбанк» является

безусловным лидером в поддержке сельхозпроизводителей Приангарья – доля на рынке кредитования АПК выросла с 35 до 75%.

Помимо прямой – финансовой деятельности, Банк не забывает и о социальной помощи. Уже больше 6 лет Иркутский филиал курирует Детский Дом в Черемхово – помогает в решении насущных проблем, встречается с ребятами и оказывает помощь в оснащении детского дома. Помогает в проведении региональных конкурсов и поддерживает выдающихся студентов на защите проектов.

Иркутский региональный филиал АО «Россельхозбанк» начал свою деятельность в Иркутской области с октября 2005 года. Вместе с развитием филиала, начиная с 2006 года и по настоящее время, непрерывно создавалась сеть внутренних структурных подразделений. На сегодня Филиал представлен своими отделениями в 17 из 33 муниципальных районов Иркутской области. Это позволяет обеспечивать необходимую доступность финансовых ресурсов для сельхозпроизводителей.

# Дальневосточный банк: точный путь успеха

НАМ 30 ЛЕТ

20 ноября 1990 года в Государственном банке РСФСР был зарегистрирован Устав Дальневосточного коммерческого банка «Дальневосточный банк». Так начал свое становление на финансовых рынках Дальнего Востока и Восточной Сибири АО «Дальневосточный банк», отметивший в нынешнем году тридцатилетие своей успешной деятельности. Его главным активом все эти годы оставались безупречная репутация и доверие клиентов. Об эффективной стратегии развития универсального регионального финансового института – ровесника современной российской банковской системы – рассказал президент Дальневосточного банка Валерий Павлюк.

## РОСТ – ПЛАНОМЕРНЫЙ И ПОЭТАПНЫЙ

**Валерий Романович, начав свою карьеру в Дальневосточном банке в 1991 году с должности специалиста валютного отдела, вы стали членом коллектива, стоявшего у истоков становления одного из ведущих региональных банков, география которого охватывает практически половину России. На чем, по-вашему, основана успешная модель работы этого банка?**

– Дальневосточный банк в своей деятельности придерживается стратегии, заложенной с первых дней его работы. Мы всегда следовали принципу развития классического, универсального банкинга. Двигаясь поэтапно, планомерно наращивая ресурсы и показатели, ориентируясь на долгосрочные перспективы и занимая устойчивые позиции, Дальневосточный банк обеспечивает клиентам только безопасные, проверенные инструменты. Такой подход доказал свою эффективность неоднократно – банк успешно пережил кризисы эпохи становления современной российской экономики, справляется и с вызовами нового времени.

За последнее десятилетие банк показал рост всех основных финансовых показателей. Активы-нетто, в том числе кредитный портфель, выросли на 41%, средства клиентов – на 34%, собственные средства увеличились на 216% и достигли 9,4 млрд рублей на 1 января 2020 года. Банк заработал за период с 2010 по сентябрь 2020 года чистую прибыль в размере 8,5 млрд рублей.

Среднегодовой коэффициент рентабельности собственных средств (ROE) Дальневосточного банка, который считается ключевым показателем эффективности деятельности финансово-кредитной организации, в период 2010-2019 гг. составил 16,1%.

По данным агентства РИА Рейтинг, Дальневосточный банк вошел в ТОП-20 российских крупнейших банков по рентабельности на 1 октября 2019 года, а по состоянию на 1 марта 2020 года занял 11 строчку в рейтинге региональных банков России по версии Центра защиты вкладчиков и инвесторов.

Кроме того, в минувшее десятилетие банк продолжал развитие региональной сети, укрепляя свое присутствие на Дальнем Востоке и в Восточной Сибири – рост клиентской базы требовал увеличения количества подразделений. В результате сегодня региональная сеть АО «Дальневосточный банк» насчитывает более 30 офисов в городах Приморского, Хабаровского, Камчатского, Красноярского краев, Сахалинской, Амурской, Иркутской областей, Еврейской автономии, республик Бурятия и Хакасии и обеспечивает территориальную доступность банковских продуктов и услуг.

Дальневосточный банк ежегодно признается Банком России значимой кредитной организацией на рынке платежных услуг, в 2017 году правительство Российской Федерации отнесло



Фото из архива компании

- по величине регулятивного капитала – 91 место;
- по устойчивости капитала к обесцениванию активов – 66 место;
- по совокупному остатку ссудной задолженности без учета размещения межбанковских кредитов – 93 место;
- по размеру розничного кредитного портфеля – 69 место;
- по объему привлеченных средств физических лиц и ИП – 80 место.

## ПОМОЩНИК ДЛЯ БИЗНЕСА

**Как вы оцениваете роль Дальневосточного банка в поддержке бизнеса и, как следствие, в укреплении региональных экономик?**

– Являясь универсальным финансовым институтом, банк всегда ориентировался на удовлетворение потребностей компаний реального сектора экономики, обеспечивая их развитие, предлагая не только банковские продукты, но, в первую очередь, индивидуальное решение задач, стоящих перед клиентом.

Предоставляя клиентам собственные программы финансирования, банк также активно сотрудничает с федеральными и региональными институтами, обеспечивающими участие в программах по поддержке малого и среднего бизнеса. Так, с 2016 по 2018 год был заключен ряд соглашений с АО «МСП Банк» и АО «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего бизнеса» по программам гарантийной поддержки и стимулирования кредитования МСП для повышения доступности финансирования данного сегмента. Кроме того, Дальневосточный банк успешно работает с региональными гарантий-

ными организациями Приморского, Хабаровского и Красноярского краев, Сахалинской и Иркутской областей, привлекая их поручительства в качестве обеспечения кредитов.

В 2019 году Дальневосточный банк вошел в число 70-и банков, утвержденных Министерством экономического развития Российской Федерации для участия в программе льготного кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства до 2024 года. Тем самым банк обеспечил своим клиентам – предприятиям малого и среднего бизнеса возможность воспользоваться эффективным способом привлечения финансирования на льготных условиях, позволяющим компаниям расширять свою деятельность и получать кредиты на инвестиционные и оборотные цели в сумме от 500 тысяч рублей.

В результате по показателю объема кредитования предприятий Дальневосточный банк вошел в ТОП-100 российских банков по версии рейтингового агентства «Эксперт РА». На 1 августа 2020 года наш банк занимает в этом списке 83 место.

В этом году одним из важнейших направлений работы Дальневосточного банка стала поддержка предприятий, пострадавших от последствий пандемии коронавируса. Мы работаем в рамках как государственных, так и собственных программ, предлагая различные финансовые инструменты для действующих и потенциальных клиентов.

Банк предоставляет своим клиентам кредитные каникулы – отсрочку погашения кредитных обязательств сроком до шести месяцев. В дополнение к мерам господдержки разработана собственная программа, предусматривающая индивидуальный подход к каждому клиенту и к каждой ситуации, по увеличению лимита кредитования или отсрочке платежа.

Кроме того, Дальневосточный банк предлагает предприятиям воспользоваться кредитом на неотложные нужды для поддержки и сохранения

занятости под 0% в рамках программы поддержки бизнеса, пострадавшего от распространения новой коронавирусной инфекции. Также в июне 2020 года стартовала программа кредитования на возобновление деятельности предприятий со ставкой 2% годовых.

## ПРИВИЛЕГИИ – ДЕРЖАТЕЛЯМ КАРТ

**Одним из сильнейших направлений работы Дальневосточного банка всегда был розничный бизнес...**

– Здесь развитие новых услуг происходит стремительно, и, чтобы обеспечить нашим клиентам самые безопасные и качественные сервисы, мы тщательно анализируем новации, предлагаемые рынком, опираясь на наш опыт. Ведь именно Дальневосточный банк стал первым региональным банком в Приморье, приступившим к выпуску и обслуживанию банковских карт. С годами мы сохранили и упрочили наши позиции.

Так, увеличивая эмиссию международных платежных карт, в 2016 году наш банк, в рамках обеспечения бесперебойного проведения платежных операций внутри страны, приступил к выпуску и обслуживанию карт Национальной платежной системы «Мир». В том же году стал единственным на Дальнем Востоке и в Восточной Сибири банком-партнером новой масштабной программы лояльности «Семейная команда»\* ПАО «НК «Роснефть». В начале 2020 года количество карт «Мир», выпущенных Дальневосточным банком, превысило один миллион.

Также в нынешнем году мы стали четвертым банком в России, который приступил к выпуску карт одной из крупнейших международных платежных систем JCB и кобейджинговых карт «Мир»-JCB, обеспечив своим клиентам эксклюзивные привилегии по всему миру.

Работая над расширением продуктовой линейки, Дальневосточный банк начал эмиссию карт высшей категории сегмента премиальных карт – Visa Infinite и комплектов карт «Мир без границ» с одновременным выпуском трех премиальных карт, а также кредитных карт Visa и JCB с льготным периодом 120 и 60 дней.

Благодаря ежегодному росту выпуска карт Visa и оборотов по эквайрингу, Дальневосточный банк стал первым региональным банком в Приморском крае, получившим статус принципиального члена Visa International. Прямое взаимодействие с международной платежной системой, которое обеспечивает принципиальное членство, служит дополнительным гарантом качества наших услуг для клиентов, широкого спектра возможностей и гибкой тарифной политики.

**Каким будет Дальневосточный банк в новом десятилетии своей деятельности?**

– Мы всегда были и остаемся на шаг впереди рынка и потребностей наших клиентов, ориентируясь на их максимальное удовлетворение. Сейчас мы активно работаем над развитием цифровых продуктов и сервисов, обеспечивая при этом их полную защищенность. Динамичное развитие, надежность, стабильность и неизменно высокое качество, которые мы гарантируем нашим клиентам и партнерам – вот лишь некоторые слагаемые успеха, на которых наша деятельность будет базироваться и в дальнейшем.



ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ БАНК

\*Ко-бренд Банка АО «Дальневосточный банк» и Программы лояльности «Семейная команда». Оператор Программы лояльности «Семейная команда»: ООО «РН-Лояльность», ОГРН 1157746385170, Российская Федерация, 119049, г. Москва, ул. Шаболовка, д. 10, корп. 2, этаж 7, помещение XXV. Условия Участия в Программе лояльности «Семейная команда», в том числе порядок начисления и списания баллов, на сайте Программы [www.komandacard.ru](http://www.komandacard.ru). АО «Дальневосточный банк». Универсальная лицензия ЦБ РФ №843. На правах рекламы

Дальневосточный банк входит в список банков, утвержденных Минэкономразвития РФ для участия в программе льготного кредитования субъектов МСП до 2024 года и обеспечивает своим клиентам доступ к финансированию на льготных условиях

АО «Дальневосточный банк» к списку кредитных организаций, уполномоченных для открытия и обслуживания счетов хозяйственных обществ, имеющих стратегическое значение для оборонно-промышленного комплекса и безопасности Российской Федерации. С 2018 года банк входит в ТОП-100 российских надежных банков по версии журнала FORBES.

По данным рейтингового агентства «Эксперт РА», аккредитованного Банком России, на 1 августа 2020 по ряду основных показателей Дальневосточный банк входит в первую сотню финансовых институтов:

# Пригород будущего

## Как «Хрустальный» строит мини-город на Байкальском тракте

Пандемия и весенний карантин резко повысили привлекательность загородного жилья. Люди готовы уезжать из города, но расставаться с привычным городским комфортом – нет. Почему будущее рынка – за «пригородным урбанизмом»? Как строить за городом по новым правилам, с проектным финансированием и счетами эскроу? Что изменилось для девелопера и жителей? Газета Дело побеседовала с Кристиной Яковенко, коммерческим директором компании «Хрустальный девелопмент», которая уже сейчас строит новый проект на Байкальском тракте по-новому.



Кристина Яковенко, коммерческий директор компании «Хрустальный девелопмент»

Фото из личного архива

### ЗАГОРОД «ГОРОДСКОГО» ФОРМАТА

Кристина, вы совсем недавно вернулись с Международного Жилищного Конгресса, где выступали на конференции «Малоэтажное загородное строительство: Инвестиции, Девелопмент, Маркетинг». На мероприятии обсуждались главные тренды 2020 года – можете выделить топ-3?

– Самое главное – люди поехали за город. Пандемия и самоизоляция перевернули представления о своем доме, о комфорте, горожане почувствовали, что хотят жить иначе. Все спикеры на конгрессе отмечали: спрос на загородную недвижимость сейчас очень высокий. И очень разный. С одной стороны, есть потребность в готовых домах – многим хочется максимально быстро переехать. С другой, некоторые люди в принципе увидели перспективу в загороде, осознали, что это то направление, в котором есть потребность двигаться.

Второй важный тренд: загород не только набирает популярность, но и сильно меняется. Чтобы переехать, мало желания быть поближе к природе, гулять и дышать свежим воздухом. Полноценно принять решение о переезде можно, только имея уверенность, что ты будешь жить с привычным комфортом. Загородный рынок идет вслед за ожиданиями людей: начинает развиваться инфраструктура, строятся дороги, школы, коммерческие объекты. Все большее количество крупных компаний задумываются о том, чтобы создавать там рабочие места. Загород становится иным, это не просто место, где мы гуляем и дышим, это полноценные мини-города.

Вы в своем блоге назвали это «пригородным урбанизмом»?

– Да. Пригородный урбанизм развивается, и самое главное – очень организовано. Третий тренд в том, что государство в этом заинтересовано. Я сейчас прохожу обучение по специальной программе, которое проводит Дом.РФ. Государство создало новые стандарты для комплексного пригородного девелопмента, они предложили программу по трем направлениям: обучают потребителей, показывая, какие возможности есть, девелоперов – тому, как надо строить, архитекторов – как проектировать. Государство заинтересовано в том, чтобы загород активно строился, развивался структурно, грамотно, и мы могли создавать действительно качественное и доступное жилье.

### ПРИГОРОДНЫЙ МИНИ-ГОРОД

Когда-то «Хрустальный» был девелопером коттеджных поселков, а то, о чем вы говорите, больше походит на описание микрорайона.

– Так и есть. Все эти перемены изменили и наше мышление. Сейчас мы строим не привычный коттеджный поселок, а новый формат – пригородный микрорайон. За городом создается новый продукт, мини-город, где люди могут полноценно жить и работать, развиваться, отдыхать – гулять, ходить по магазинам, встречаться с друзьями в кафе, заниматься спортом на свежем воздухе.

Как изменились в пригородном микрорайоне подходы к инфраструктуре?

– Главная фишка «Французского квартала» в том, что у него совершенно новый подход к организации среды и пространства. Мы создали двор без машин и увеличили количество парковых территорий, зеленых пространств практически в два раза по сравнению с предыдущими объектами. Автомобильные парковки расположены по периметру, в шаговой доступности, при этом мы убрали их от окон домов. Зелени в квартале стало больше, появились тротуары, велосипедные дорожки, аллея, по которой можно гулять.

По опыту, нашим жителям в первую очередь нужно место, где они смогут общаться. Мы создаем элемент амфитеатра, мини-сцену – можно будет проводить мероприятия, уличные концерты, праздновать дни рождения детей вместе с соседями. Для нас важно поддерживать такие загородные традиции, чтобы жители общались, становились одной семьей.

Мы подготовили очень интересную детскую площадку, разделенную на три возрастные группы. Используем по максимуму рельеф: наш дендролог придумывает интересные варианты озеленения, только гортензиями и розами не обойдемся – для нас это уже норма. Высаживаем большое количество кустарников, деревьев, в парковых зонах ставим таблички, чтобы дети и взрослые могли узнать, что это за растение, какое количество кислорода оно создает.

«Французский квартал» – это новый уровень, который мы зададим для всех последующих проектов. Но важно понимать, что благоустройство не создается в один день. Работы продолжают еще минимум полтора-два года после того, как достроены объекты. Наша первоочередная задача всегда – сдать дома, построить дороги, обеспечить базовое благоустройство, чтобы люди могли как можно скорее заехать в свои квартиры, начать ремонт. После этого мы занимаемся развитием территории, воплощаем задумку в жизнь.

### РЫНОК «ПЕРЕВЕРНУЛСЯ»

Загородный рынок меняется, и очень быстро. Вы написали в своем блоге: «9 лет мы развивали определенный формат малоэтажных многоквартирных домов, создавали проект за проектом, старались их улучшить и модифицировать. И в один момент, все перевернулось». Речь о проектном финансировании и эскроу-счетах?

– В том числе. Все привыкли говорить о перевороте в жилищном строительстве с точки зрения клиента: и эскроу-счета действительно дают дополнительную гарантию. Для застройщика эти перемены тоже в итоге оказались благом. Строя по проектному финансированию, мы имеем возможность реализовывать больше, чем раньше, и быстрее.

Звучит позитивно. Так что же все-таки «перевернулось»?

– «Переворот» случился не только в городском жилищном строительстве, но и на рынке малоэтажки. Этот момент многие как-то упустили – возможно, потому, что в регионе никто особо и не строил за городом по 214-ФЗ. А нас это коснулось напрямую. Сейчас малоэтажка полностью подконтрольна Стройнадзору, и мы должны проходить техническую экспертизу.

Что это значит для вас?

– В России нет понятий «таунхаус», «квадрохаус», «дуплекс», которые мы строим. Все это – квартиры. Соответственно, когда мы стали подконтрольны Стройнадзору, мы оказались в жестких рамках этой формулировки. У «квартиры» есть ряд особенностей: подъезд, общее имущество, возможность перемещения маломобильных групп населения, большое количество требований к пожарной безопасности, чтобы каждый человек мог эвакуироваться, независимо от этажа. Так в наших малоэтажных домах появились лифты, подъезды и пр. – чтобы полностью соответствовать всем нормативам.

С какого времени вы так строите?

– Сейчас мы запустили первый проект по новым нормативам – «Французский квартал» в микрорайоне «Хрустальный парк». Мы первые в Иркутске и в Сибири, кто строит такие объекты по эскроу и с технической экспертизой. Строительство началось полтора месяца назад, а в октябре мы опубликовали проектную декларацию.

Как изменится благоустройство внутри домов? Какие бонусы получат жители от нововведений?

– Когда мы создали подъезды, в квадрехаусах появились дополнительные теплые территории, теперь жителям не нужно делать отдельные тамбуры. В квартирах появились другие окна – не просто панорамные, а с двойным открыванием. Граница с природой стерлась – можно выйти на свою террасу, открыть два окна и наслаждаться.

Изменения коснулись и нашего наиболее востребованного продукта – дуплексов, особенно в двухуровневых квартирах, где мы ушли от внешних лестниц. Нам удалось сохранить ключевые преимущества: свободную планировку, возможность сделать до 4-х комнат, помимо просторной (около 30 кв. м) кухни-гостиной и двух полноценных санузлов.

Одним словом, я вижу только плюсы от тех изменений, которые произошли – и от проектного финансирования, и от требований Стройнадзора. Но нам потребовалось полтора года, чтобы осознать это и перестроиться.

История с изменениями продолжится не только для вас, но и для других участников рынка, которые пойдут по вашему пути. Готовы ли вы делиться опытом, помочь коллегам?

– Конечно, мы всегда рады поделиться информацией. Активно участвуем во всех ключевых отраслевых событиях – как в столицах, так и в регионах, рассказываем о нашем опыте, проводим семинары для профессионалов, консультируем застройщиков, а в некоторых случаях берем и за реконцепцию их объектов. Мы – за развитие рынка в целом.

Сегодня мы прекрасно понимаем, что загород нового формата не создается в одиночку. Коттеджный поселок застройщик может построить один, микрорайон – нет. «Хрустальный парк» создается группой застройщиков, при поддержке администрации и тех людей, которые в нем живут, приобретают коммерческие площади.

Застройщик выполняет первый этап – строит базу, а дальше микрорайон развивается уже совместно с жителями, новыми партнерами – девелоперами торговых центров, медицинских объектов, образовательной среды, которые горят своими идеями и хотят развивать эту территорию. Со всеми, кто готов, как и мы, формировать действительно комфортное место для жизни, создавать пригород будущего.



хрустальныйпарк.рф



ООО СЗ «Хрустальный парк» Проектная декларация на сайте наш.дом.рф

Фото из архива компании

# Big Data на службе иркутской розничной торговли

Экономика России не успела толком восстановиться после кризиса 2014-2015 годов, как начался новый кризис, спровоцированный коронавирусом. Покупательская способность населения упала, снижаться начал и оборот розничной торговли. Отдельным вызовом для ритейлеров стал переход покупателей в онлайн. Для объектов, которые будут инертно относиться к данной динамике и не принимать никаких мер, это негативно скажется на посещаемости, уверены эксперты. О том, какие инструменты для владельцев ТЦ и в целом коммерческой недвижимости предлагает телеком, Газете Дело рассказал директор МТС в Иркутской области Владислав Божеев.

## BIG DATA ПОМОГАЕТ БОЛЬШОМУ БИЗНЕСУ

«Большие данные» есть у любой компании, где клиенты что-то покупают. Но не каждый может себе позволить нанять аналитика, поэтому ценная информация используется непростительно мало. МТС обладает необходимыми аналитическими ресурсами. Владислав Божеев рассказал, что в компании создан специальный департамент, который не просто анализирует данные об абонентах – он находит решения, которые могут быть полезны администрациям городов, владельцам коммерческой недвижимости в разных отраслях, а также малому бизнесу.

– Крупный и средний бизнес изучает так называемые «тепловые карты», на которых хорошо видно, как распределяются потоки людей, – рассказал Владислав Божеев. – С их помощью можно определить оптимальное место для размещения жилых и коммерческих комплексов, спрогнозировать нагрузку на инфраструктуру. Результаты исследований используют для планирования туристических объектов, проведения культурных мероприятий, для грамотного планирования рекламной активности.

## MALL DATA РАССКАЖЕТ О ПОКУПАТЕЛЕ

Торговые центры как правило анализируют трафик, чтобы понять, откуда и в какое время



приезжают посетители ТЦ, как перемещаются внутри него. Сейчас, когда люди меньше ходят в торговые центры, это ставит девелоперов перед необходимостью искать дополнительные источники привлечения трафика и создавать новый опыт, который не получишь в онлайн. Отвечая на запрос рынка, МТС предложил решение МТС MALL Data.

– Девелоперы вынуждены инвестировать

значительные средства в изучение и сегментацию потребителей, чтобы замедлить или остановить падение трафика в своих объектах, – говорит Владислав Божеев. – И все чаще для решения этих задач они обращаются к анализу больших данных. Управляющие изучают не только проходимость ТЦ, они составляют портреты посетителей, узнают их интересы, смотрят, где еще совершают покупки эти люди. Вооружившись необходимыми знаниями, можно корректировать концепции действующих проектов, чтобы они более точно отвечали потребностям посетителей.

## АРЕНДАТОРАМ ТОЖЕ ПРИГОДИТСЯ

Потенциальным арендаторам аналитика на основе Big Data позволяет сравнить трафик интересующих их ТЦ и выбрать наиболее подходящую локацию внутри торгового центра.

– В нынешних условиях, когда в торговых центрах достаточно вакантных площадей, арендаторы стали запрашивать аналитику у собственников помещений, ведь бывает, что большая часть потока в ТЦ не идет дальше якорного продуктового гипермаркета, узнать об этом после заключения договора аренды вряд ли кому-то захочется, – говорит Владислав Божеев. – Аналитика по торговому центру позволяет арендатору своевременно оценить, есть ли в предполагаемом месте нужная ему аудитория. А действующему арендатору поможет сравнить себя с конкурентами или аргументировать необходимость снижения аренды.

## МТС МАРКЕТОЛОГ ВЫБЕРЕТ НУЖНУЮ АУДИТОРИЮ

На основе Big Data разрабатываются и более простые решения, доступные совсем небольшому бизнесу. Один из таких сервисов – «МТС Маркетолог», позволяющий организовать таргетированную СМС-рассылку и рекламу в соцсетях.

– Новые технологии меняют нашу жизнь, а попробовав какую-то удобную услугу, мы не понимаем, как без нее обходились. Один из наших клиентов, директор ресторана, недавно высказал интересное наблюдение: пока люди были на самоизоляции, вырос спрос на доставку блюд. Это было спасительным решением для его дела. Но когда появилась возможность посещать рестораны и кафе, клиенты продолжили заказывать доставку. Чтобы усилить этот спрос, ресторатор воспользовался нашим сервисом «МТС Маркетолог». Он запустил SMS-рассылку по близлежащим домам, и об акции по доставке горячих обедов узнала нужная ему аудитория. Подобные инструменты доступны по цене и уже зарекомендовали себя как одни из самых эффективных способов оповещения. С начала года мы подключили в пять раз больше компаний, чем за такой же период в 2019 году. Кроме ресторанного бизнеса, сервисом воспользовались компании продуктового ритейла, магазины строительных материалов, косметики, бытовой химии, одежды и салоны красоты.

Наталья Краз

## РУСАЛ оплатит половину ипотечного платежа своим сотрудникам

Несмотря на нагрянувший этой весной экономический кризис и падение спроса на продукцию из алюминия, ИркаЗ не стал сокращать штат и зарплаты своих сотрудников. Более того, предприятием была запущена жилищная программа для сотрудников.

Спрос на продукцию цветной металлургии со снижением активности в строительстве, транспортной отрасли тоже снизился. Некоторые российские компании на фоне падения спроса на свою продукцию вынуждены были пойти на сокращение штата, зарплат. На штатную численность и зарплаты сотрудников ИркаЗа пандемия никак не повлияла: на заводе не было ни сокращений, ни задержек по выплатам. Завод, как экономикообразующее предприятие, продолжал работать с соблюдением всех противо-вирусных мер.

Социальная и благотворительная деятельность в этот период не только сохранилась, но и усилилась: РУСАЛ взял на себя обязательства по строительству медицинского центра в Шелехове, помогал городу и району средствами индивидуальной защиты, бесплатно развозил продуктовые наборы ветеранам предприятия.

Также этой весной, несмотря на экономический кризис и пандемию, РУСАЛ возобновил жилищную программу. Впервые она была запущена еще в 2011 году основателем компании Олегом Дерипаской. В 2020 году, по просьбе рабочих советов сибирских предприятий, программу развернули снова. Сейчас из 220 участников жилищной программы в Иркутской области около 50 человек уже оформили договоры купли-продажи или рефинансирования, переехали в новые квартиры или начали ремонт в купленной новостройке. Условия одинаковые для всех: 6,25% годовых, срок кредитования – 10 лет. Первого взноса нет, и половину ежемесячного платежа компенсирует РУСАЛ.

«По реакции сотрудников мы видим, что программа очень востребована, – говорит Олег Буц, генеральный директор ИркаЗа. – Более того, руководство РУСАЛа понимает, что рынок



жилья в маленьких городах может не соответствовать такому спросу, поэтому рассматривает возможность строительства собственной недвижимости – целых микрорайонов, максимально удобных для сотрудников и их семей».

По мнению руководителя ИркаЗа, жилищная программа поможет не только поддержать сотрудников, но способна сбалансировать кадровую политику в моногородах, привлечь в них необходимых специалистов.

«Жилищная программа – это поощрение лучших сотрудников, представителей редких профессий, активистов, общественников, – говорит генеральный директор РУСАЛа Евгений Никитин. – Именно такие люди стали ее первыми участниками. Конечно, мы также рассчитываем, что программа станет стимулом для сотрудников продолжать работу в компании, а для собственников повысит нашу привлекательность как работодателя».

## ВТБ в Иркутской области увеличил портфель госпрограмм льготного кредитования бизнеса в 2,8 раза

По итогам 9 месяцев 2020 года кредитный портфель ВТБ в Иркутской области в рамках госпрограмм льготного кредитования бизнеса, запущенных до пандемии, вырос в 2,8 раза и достиг 5 млрд рублей. По данным на октябрь в структуре портфеля госпрограмм ВТБ в регионе преимущественные доли занимают кредиты в рамках Постановлений Правительства №1764 и №191. Всего с предприятиями региона в банке действует соглашений по льготным программам финансирования на общую сумму 8,5 млрд рублей.

В том числе по программе льготного кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства, утвержденной Постановлением Правительства РФ № 1764, ВТБ с января по август было подписано 32 соглашения на сумму 3,3 млрд рублей. Средства направлены компаниями на пополнение оборотных средств и развитие деятельности, в том числе на инвестиционные цели. Соглашения заключены с компаниями различных отраслей: добычи полезных ископаемых, сельского хозяйства, услуг фитнес-клубов, розничной торговли строительными материалами и других.

Кроме этого, ВТБ предоставил кредит в рамках программы Министерства промышленности и торговли РФ, направленной на поддержку увеличения объемов производства и реализации конкурентоспособной российской промышленной продукции (Постановление Правительства РФ №191). Средства в размере 2 млрд рублей АО «Фармасинтез-Норд» (входит в ГК «Фармасинтез») направит на строительство научно-производственного комплекса в Санкт-Петербурге.

«Несмотря на то, что с марта первоочередной нашей задачей стала поддержка предприятий, пострадавших от пандемии, мы отмечаем спрос бизнеса на кредитные ресурсы для развития. Бизнес региона продолжает использовать для этого инструменты льготного кредитования, предложенные государством. Программы, в

рамках которых мы сегодня можем финансировать не только текущую деятельность, но и расширение бизнеса, разнообразны. Они ориентированы на широкий круг предприятий, готовых расти и меняться. Мы видим, что таких компаний становится все больше», – прокомментировал Александр Макарова, управляющий ВТБ в Иркутской области.



# «Доля промо будет расти, но техники станут сложнее»

## 8 трендов на рынке продуктового ритейла

Петр Карасек – эксперт на рынке продуктового ритейла – работает не только с крупнейшими европейскими брендами, в том числе Geant-Casino, Carrefour, Intermarche, но и с российскими и региональными ритейлерами. В настоящее время он является консультантом «Слаты» по вопросам развития торговой сети, помогая правильно оценить настоящее и «заглянуть» в будущее. Газета Дело попросила эксперта рассказать о мировых трендах, объяснить, почему скидки работают не всегда и чем хороши эмоциональные промо в эпоху кризиса.



Фото из архива компании

### 1. ДОХОДЫ НАСЕЛЕНИЯ СНИЖАЮТСЯ

Чтобы понимать, что происходит с ритейлом, надо взглянуть на макроиндикаторы, говорит Петр Карасек. Пандемия COVID-19 привела к колоссальному всплеску безработицы по всему миру, повысила экономическую нестабильность и неопределенность, привела к снижению потребительской уверенности и мощнейшим изменениям в потребительском поведении. С начала пандемии доходы населения снижаются по всему миру, во всех потребительских группах. Изменение курса валют, динамика цен на нефть, инвестиции правительства в восстановление различных индустрий – всё это напрямую влияет на рынок ритейла.

– Реальные располагаемые доходы россиян во втором квартале 2020 года, на который пришелся основной удар кризиса, упали на 8% в годовом выражении, следует из данных Росстата. Это рекордное падение с 1999 года. Что это значит? Только одно: люди будут экономить.

### 2. ОТ СОЗДАНИЯ ЗАПАСОВ – К БЕЗОПАСНЫМ ПОКУПКАМ

Промо-акции в продуктовом ритейле, однако, работают далеко не всегда. Так, в российской практике в этом году можно выделить два совершенно разных периода, в которые доля промо существенно отличалась, отмечает эксперт.

– Первый период – время карантина с марта по май, когда клиенты не смотрели на цены и скидки. Тогда включился инстинкт самосохранения, люди думали только об одном: как запастись товаром. После выхода из карантина наступил второй этап – стабилизация. Ритейлеры должны были восстанавливаться, и они включали определенные механизмы промо-активности, чтобы вернуть клиентов в магазины. Кроме того, в этот период торговые сети сфокусировались на безопасности покупок и обеспечении доступности товаров в магазине.

### 3. ПОТРЕБИТЕЛЬ ПЕРЕОСМЫСЛИВАЕТ ПОКУПКИ

Привычки потребителей, считавшиеся прежде неизменными, существенно изменились

в 2020 году. Структура спроса на многие товарные группы стала иной. По словам Петра Карасека, покупатель сегодня более рационально распределяет свои доходы. Происходит переосмысление нужности тех или иных покупок.

– У клиента есть ограниченный бюджет, и он должен использовать его разумнее, поэтому промо-активность ритейлеров влияет на его поведение. Происходит переключение между брендами, например, человек хочет купить бренд А, но сейчас есть скидка на бренд Б. В этом случае мы видим, он готов переключиться на бренд со скидкой или СТМ (собственную торговую марку).

### 4. ДОЛЯ ПРОМО БУДЕТ РАСТИ

По данным Nielsen, Россия – один из лидеров продаж по промо в мире (доля составляет 56%). Для сравнения: в Украине – 46%, США – 30%, Италии – 28%, Германии – 23%. В период самоизоляции доля промо-продаж в России, как и в других странах, упала, правда, ненадолго, после чего снова стала быстро расти и к III кварталу вернулась к доковидным значениям – выше 50% в продовольственных и непродовольственных категориях.

– Промо не потеряет своей актуальности и в дальнейшем. Напротив, доля таких продаж увеличится, потому что доходы населения снижаются, – уверен Петр Карасек. – Свежие данные GFK подтверждают, что доля промо в супермаркетах возвращается к докризисным значениям. Другой вопрос – эффективность. Ритейлеры будут стремиться к тому, чтобы промо-акции были эффективны как для покупателей, так и для бизнеса.

### 5. ТЕХНИКИ БУДУТ СЛОЖНЕЕ

Промо – драйвер экономики любого ритейлера, но промо-активность изменилась за последние годы. Техники становятся все более сложными, отмечает Петр Карасек. Главными драйверами роста промо стали объем за покупку и частота покупки, при этом средняя цена показывает снижение.

– Ритейлеры будут задействовать самые разные техники промо-активности, чтобы повы-

сить эффективность продаж. Для этого будут использовать: персонализированное и кастомизированное промо по накопленным данным о поведении и ранее сделанным покупкам; наберет популярность цифровой гейминг с использованием гаджетов; совместные активности с производителями и банками.

Безработица в этом году выросла, что вынудит людей внимательнее относиться к ценам на товары. «Охотников за скидками» будет всё больше. Тем более, что мобильные приложения, интернет-платформы позволяют делать это легко. Ритейлерам необходимо будет это учитывать.

### 6. ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОМО НАБИРАЮТ ОБОРОТЫ

Люди любят играть – и взрослые, и дети. Когда побеждают, маленький приз для них становится большой победой, приносит удовольствие. Такой эмоциональный подход к промо, по словам Петра Карасека, активно внедряется на рынке последние два-три года.

– Посмотрите на акцию «Эмоджимания» в «Слате». В феврале покупатели собирали коллекции, и для них это было достижением. Доля эмоциональных промо будет расти, но в целом эффективность промо все же будет снижаться в 2020 году. Важно понимать, что, несмотря на эмоции, у покупателя в основе всего лежит рациональное поведение, осознанность и планирование покупок. Как размышляет покупатель? «Я регулярно покупаю здесь товар и через определенное количество покупок получу бесплатную игрушку или продукт, который мне действительно нужен». Это позволяет магазину сохранить клиента. Мы видим, что поставщики товаров готовы включаться в неценовые промо, потому что они приносят хороший результат.

### 7. ВОВЛЕЧЕНИЕ НА 360 ГРАДУСОВ

Сейчас ритейлерам приходится действовать в условиях большой неопределенности. И, как говорит Петр Карасек, это требует от компаний большей мобильности, гибкости и активного взаимодействия с аудиторией.

– Мы не знаем, будут ли новые ограничения, начнется ли опять давление на ритейл. Во многих европейских странах обсуждают введение ограничений. Поэтому для ритейлеров сейчас крайне важно вовлечение покупателя «на 360



Петр Карасек, эксперт на рынке продуктового ритейла

градусов». Это значит, что использовать нужно все средства информирования клиентов: Facebook, Instagram, мобильное приложение, TikTok, бумажные каталоги, телевидение, sms-рассылки...

### 8. КЛИЕНТУ НУЖЕН ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ПОЗИТИВ

Если говорить о сибирском рынке, то «Слата», по мнению Петра Карасека, развивается в русле мировых и европейских трендов. Все новые техники продаж и вовлечения клиентов активно используются, несмотря на то, что в Иркутске пока нет такой сильной конкуренции, как, например, на московском рынке.

– Доля промо в этом году будет увеличиваться и на вашем региональном рынке, – уверен эксперт. – Но важно понимать, что и здесь должен соблюдаться баланс. Если люди будут приходить в магазин только за скидками – это неправильная, опасная стратегия.

Что касается эмоциональных промо, то они особенно важны сейчас, во время кризиса. Мы должны дать клиенту больше положительных эмоций, и, конечно, 18-летие компании «Слата» – это хороший повод, чтобы покупатель пришел в торговую сеть за дополнительным позитивом.

Елена Демидова



Фото из архива компании

# Промо сегодня – больше, чем промо

## Почему «Слата» делает ставку на эмоциональный маркетинг

В то время, когда все непредсказуемо, очень важно дать клиенту больше положительных эмоций, считают в «Слате». При этом позитив могут вызывать не столько привычные скидки на товары, которыми уже никого не удивишь, сколько неожиданные розыгрыши, приятные сюрпризы, увлекательные игры, яркие концерты. Почему ритейлеры сегодня делают большую ставку на эмоциональные промо? Как «Витаминные друзья» помогают клиентам «Слаты» быть в хорошем настроении? Зачем ритейлер встречается с критиками и снимает с ними видео в супермаркетах? И какие неожиданные призы предложит «Слата» в рамках празднования 18-летия? Об этом нам рассказали директор по маркетингу ТС «Слата» Андрей Бехтерев и руководитель отдела по связям с общественностью ГК «Слата» Яна Абалымова.

### ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТЬ К СКИДКАМ

*После пандемии доходы населения существенно снизились. Многие эксперты убеждены: без ценовых промо-акций ритейлерам не обойтись. Но есть и другая точка зрения: за длительные годы кризиса, начиная с 2014 года, потребители настолько привыкли к скидкам, что они уже не работают. Какая позиция ближе вам? Насколько покупатель чувствителен сегодня к цене?*

**Андрей:** До пандемии мы наблюдали, что покупатели стали меньше реагировать на промо, с приходом пандемии ситуация кардинально не поменялась. Фокус внимания людей сместился на безопасность и возможность просто запастись товарами. Мы видели, что покупатели перебирались в ближайшие к дому магазины, осуществляли покупки там. При этом в пиковые моменты, когда многие были закрыты на карантин, посещаемость просела, но средний чек вырос. Сейчас отмечаем рост интереса к ценовым промо. Если же посмотреть на данные GfK Retail Day, при сравнении периодов июля 2019 к июлю 2020, видно, что промо продажи увеличились на 9,9% и покупатели переключились на продукцию более низкого сегмента и СТМ.

В целом, отношение к ценовым промо действительно сильно изменилось за последние годы. Покупатель привык, что промо-цены должны быть, они есть всегда и у всех. Это стало чем-то настолько обыденным и стандартным, что уже никак не отличает одну компанию от другой. У кого товар «X» на рубль дешевле? На эту борьбу потребитель уже не реагирует, она не является основной причиной выбора бренда. Нужны другие механики, чтобы стимулировать спрос.

**Яна:** Важно понимать и целевую аудиторию разных форматов. Есть аудитория, которая не воспринимает товар без скидки, ориентируется только на желтые ценники. А есть клиенты, которые говорят: я покупаю что-то, потому что я хочу, а не потому, что цена – низкая. И вовсе не смотрят на цену. Если в дискаунтер покупатель изначально идет за экономией, это его основная задача, то в супермаркетах чаще покупают то, что нравится.

**«Слата» увеличила долю ценового промо сейчас, когда доходы населения снизились?**

**Андрей:** Да, по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, доля ценового промо выросла на 20%. Но нужно понимать, что в работе с промо есть опасная грань. Если ее перейти, покупатель будет реагировать только на скидки. Очень важно, чтобы доля промо не была завышена, мы следим за этим.

**Где проходит эта грань?**

**Андрей:** Есть примеры на рынке, когда доля промо составляла более 65%. Вот тогда покупатель начинал реагировать только на ценники со



Андрей Бехтерев, директор по маркетингу ТС «Слата»

скидкой – и всё. Потом очень сложно выйти из этих рамок.

### ЭМОЦИИ И ОТКРЫТОСТЬ

*Эмоциональный маркетинг – это общий тренд для российского ритейла? Те самые новые механизмы привлечения покупателей, о которых вы говорили?*

**Андрей:** Да, это общероссийский и даже больше – общеевропейский – тренд. Как я уже сказал, покупателя не удивит скидкой на тот или иной товар. Сегодня цена лучше у одной компании, завтра – у другой. Покупатель все понимает. И в период пандемии даже курица по супер-цене не заставила бы его выйти из дома и рисковать.

Неценовые, эмоциональные промо развиваются в российских торговых сетях не так давно, как в Европе, но очень быстро набирают обороты. «Слата» сегодня использует интересные механики в виде квестов, игр, коллекционирования фишек для получения призов...

**Как вы оцениваете эффективность таких акций?**

**Андрей:** По росту трафика и росту среднего чека. Из последних акций наиболее эффективными оказались «Витаминные друзья-1» (в октябре началась акция «Витаминные друзья-2» – прим. ред.) и «Эмоджмания». Эффективность «Витаминных друзей» была в районе 4,7% роста товарооборота, «Эмоджи» – 4,6%.

**А если говорить не о денежных показателях, как вы оцениваете эмоциональные промо? По лояльности клиентов?**

**Яна:** По соцсетям мы видим, как много было задействовано людей. Они обменивались фишками, кооперировались – это был такой драйв! Безусловно, основной драйвер неценовых промо «Витаминные друзья» и «Эмоджи» – это дети, живая и эмоциональная аудитория, способная за-



Яна Абалымова, руководитель отдела по связям с общественностью ГК «Слата»

рядить и родителей. Ребенок радуется игрушкам, а мы как ритейлер работаем с аудиторией мам и пап. Подобные активности особенно нужны сейчас, во время кризиса, когда позитива не хватает, поэтому в соцсетях неценовые акции поддерживаются массой игр, челленжей, розыгрышей, видеороликами и др.

Важно, что и в неценовых промо нужно постоянно добавлять что-то новое, непохожее, удивлять. Все быстро приедается. Например, мы недавно запустили игры – GAME.SLATA.RU (12+), где предоставляем возможность выигрывать призы. Старт уже дан. Играть может весь Иркутск, при этом покупку в «Слате» совершать необязательно, но приз нужно будет забрать в магазине. Гейминг – совершенно новое для компании направление, но мы уже видим: это отлично работает, конверсия высокая. Сегодня, чтобы достучаться до целевой аудитории, нам приходится задействовать все каналы коммуникаций. И все это, безусловно, связано с эмоциональными историями. Кроме того, в борьбу включается качество контента.

**И открытость?**

**Яна:** Да, «Слата» взяла ориентир на то, чтобы стать еще более открытой. Например, с июня мы запустили «горячую линию», она обслуживает все дискаунтеры «Хлеб-Соль» и супермаркеты «Слата», а это более 300 магазинов, в неделю поступает более 1500 звонков. Это большой плюс. Ведь чего хотят люди? На какое-то свое требование получить реакцию «здесь и сейчас». Когда, благодаря «горячей линии», удается моментально решать вопросы, уровень негатива сходит на нет.

**Иногда вы решаетесь на более смелые эксперименты. Берете недовольных потребителей в социальных сетях, ведете в супермаркет, снимаете видео, где они всё критикуют. Зачем вам это?**

**Яна:** Это опять же политика открытости, работа с критикой. Мы понимаем, что регион у нас особенный, и если где-то Фейсбук не особо значим, то

у нас эта социальная сеть, качество ее аудитории имеет большой вес.

Самый большой пул покупателей у нас в Инстаграме – но там более лояльная и движимая аудитория: мамы, папы, дети и те, кто постоянно следит за товарно-ценовыми предложениями и конкурсами. Фейсбук же стал платформой для общения людей из деловой среды, местом выражения своих взглядов, убеждений, обозначения точки зрения на ту или иную вещь. Один комментарий в Фейсбуке может «весить», как 100 в Инстаграме. Мы не можем не работать с этим, не давать обратную связь.

Поэтому мы стали приглашать тех, кто неравнодушен к торговле в нашем регионе, в том числе и к нам, на открытый диалог – на «Народный контроль в «Слате». Важно, что никто не знает о нашем приезде, и мы в моменте с героями проверяем магазины и выставляем честную оценку. Все комментарии, замечания и предложения мы затем обсуждаем в компании.

### ВЫСОКИЕ ТРЕБОВАНИЯ И ЛОЯЛЬНОСТЬ

*Почему, как вам кажется, к «Слате» покупатели предъявляют такие высокие требования?*

**Андрей:** Во-первых, думаю, потому, что мы местные. Многие считают так: «Слата» – наша сеть, а значит, она должна быть лучше, чем все остальные. Это отношение формирует и повышенные требования к нам. И мы видим в этом только плюсы. Значит, людям нравится «Слата», но есть вещи, которые они хотели бы изменить, улучшить. Это должно быть услышано нами.

Во-вторых, покупатели сегодня имеют большой выбор – товаров, сервисов, магазинов, они многое видели, постоянно сравнивают, и у каждого сформировался образ его «идеального магазина». Безусловно, сложно соответствовать видению каждого, но наша команда старается идти в ногу со временем и отвечать требованиям современного супермаркета.

**Скептики утверждают, что покупательской лояльности почти нет или она существенно снизилась, потребители с легкостью меняют бренды, привычки. Это правда?**

**Яна:** Есть такая точка зрения. Аудитория нестабильна, люди действительно довольно легко меняют привычки и бренды. Но всегда есть консерваторы, которые преданы определенным торговым маркам. У «Слаты» их, кстати, много. Самые преданные наши покупатели и есть самые требовательные наши критики. Наша цель – работать так, чтобы им нравилось приходить к нам снова и снова.

Но есть и другая аудитория – подрастающая, совсем иная. Им сейчас 12-16 лет, и это наши будущие покупатели. Именно поэтому мы сегодня идем в «ТикТок», разрабатываем мобильные приложения. Молодежи надо давать то пространство, те эмоции, которых они хотят.

**Бумажные каталоги уходят в прошлое?**

**Андрей:** Кстати, нет. Многие ритейлеры в западной части страны, разработав приложения, убирают печатные версии каталогов. Мы тоже попробовали это сделать в нескольких магазинах Иркутска – доля промо сразу упала, наш клиент оказался не готов. У нас остается доля консервативных покупателей, которые привыкли брать печатные каталоги на кассе, изучать, какие скидки действуют, – и в следующий раз приходить за определенными товарами.

Поэтому здесь важно не только следовать за модными трендами, но и видеть реальную ситуацию, ориентироваться на своего покупателя. Именно для получения обратной связи летом мы провели акцию «Топы за кассой», когда топ-менеджеры компании работали вместо кассиров и продавцов и разговаривали с покупателями.

Очень важно постоянно быть в диалоге с аудиторией. Только так возможно развитие – несмотря на все кризисы и перемены.

Елена Демидова

## «18 нам уже»

Чем порадует «Слата» в день рождения

Осенью торговая сеть «Слата» отмечает 18-летие. По словам Яны Абалымовой и Андрея Бехтерева, покупателей ждет сразу несколько акций и мероприятий. Что в планах, помимо сиквела «Витаминные друзья-2» и гейминга в мобильном приложении?

**В новый год на новом авто с 9 ноября по 20 декабря**

В честь 18-летия «Слата» проведет розыгрыш ценных призов среди покупателей.

Совершая покупки в «Слате», можно стать победителем и обладателем авто или бытовой техники – смартфона, телевизора, ноутбука, холодильника, стиральной машины, робота-пылесоса и др. В течение 6 недель совершайте покупки, заполняйте чеки, скидывайте в ящик в магазине, розыгрыш состоится в прямом эфире МСМ и на странице «Слаты» в Instagram.

**Онлайн-квест с 2 по 23 ноября**

Впервые «Слата» проводит квест. Для участия в нем нужен только выход в интернет. За месяц в мобильном приложении «Моя Слата» нужно будет выполнить 18 разных заданий. После выполнения каждого из них будут определяться победители, которые получат различные гаджеты в качестве призов.

**Ёлка Добра с 19 ноября**

В ноябре в сети супермаркетов «Слата» будут установлены елки, украшенные открытками-письмами Деду Морозу с пожеланиями от детей из детских домов. Любой желающий может присоединиться к проекту и стать персональным новогодним волшебником для ребенка. Подарим ребенку праздник вместе!

**Концерт «18 нам уже»**

Событие состоится в следующем году. Планируется пригласить популярного и известного исполнителя. Билеты на концерт нельзя будет купить за деньги, но можно будет получить за покупки в «Слате».

Подробнее обо всех акциях можно узнать на официальном сайте [www.slata.ru/promotions/](http://www.slata.ru/promotions/)

# Творчество или конвейер?

Алина Остапчук, «Адикт», – о том, как дизайн работает на задачи компаний

«Не люблю слово “вдохновение” в нашей работе», – говорит Алина Остапчук, арт-директор диджитал-агентства «Адикт». Почему «промышленный» подход важнее творческого поиска? Зачем дизайнеру математика? С какими бизнес-задачами обращаются в агентство клиенты? Что такое «работающий дизайн»? И стоит ли ждать, что нейронные сети заменят человека? Об этом – в нашем интервью.

## «РАБОТАЮЩИЙ» ДИЗАЙН И ЦЕЛИ БИЗНЕСА

**Есть мнение, что дизайнер – это человек, который добавляет стоимость в товары и услуги. Вы согласны?**

– Мне кажется, эта формулировка устарела. Дизайн – давно не «добавочная стоимость», а нечто гораздо большее. В современном мире дизайн уже необходим. Хороший сайт «М-Видео» не добавляет стоимости, но он влияет на продажи. Мы не платим за то, что дизайн сайта хорош, но компания получает хорошую прибыль с этого.

**Что такое «работающий дизайн», по-вашему?**

– Работающий дизайн сегодня – это тот дизайн, который решает цели бизнеса. Все, что мы делаем, рисуем, придумываем, должно решать задачи, с которыми к нам приходит клиент.

**Можете привести пример из вашей недавней практики?**

– У нас в агентстве два направления: брендинг и диджитал. В первом случае речь идет об айдентике, фирменных стилях, графическом дизайне. Вторая сфера включает все, что связано с интернетом, онлайн: проектирование, реклама, интернет-маркетинг. И там, и там есть успешные кейсы.

Для примера можно взять бизнес Сергея Перевозникова. Мы начали работать над этим проектом летом. Продукт – фермерские продукты – очень классный, интересный. И сам Сергей – личность яркая, харизматичная. Мы попросили его наконец-то стать лицом своего бизнеса и полностью проработали бренд: от упаковки до позиционирования на рынке.

**Каков итог?**

– Работа идет, набирает обороты. Сергей готовит выходить уже на более широкую, массовую аудиторию. При помощи успешного дизайна он готов осваивать новые рынки и, соответственно, получать новую прибыль.

**История Сергея Перевозникова уникальна? Или личный бренд – это то, что может помочь многим бизнесам?**

– Работает связка «Личный бренд + хороший продукт». Если у нас просто яркий человек, но за ним нет хорошего продукта, маловероятно, что это будет успешная история: сегодня этот продукт купят, увидев знакомое лицо, но он не понравится, и послезавтра за ним уже никто не придет. Разовая акция.

**Есть мнение, что дизайн, брендинг нужны, чтобы выделяться, отличаться. Часто ли клиенты приходят с такой целью?**

– Это одна из задач брендинга, и такие клиенты, конечно, есть. Например, компании нужно отстроиться от конкурентов, и они при помощи фирменного стиля, айдентики, брендинга, позиционирования хотят это сделать. Но если за компанией не стоит реальных конкурентных преимуществ, то можно нарисовать сколь угодно прекрасный дизайн, а выделиться не получится.

**Неработающие дизайны в вашей практике встречались? Бывало так, что сделали – и не работает?**

– Вообще, мы не боимся говорить об ошибках. Это естественный процесс, и мы не иде-



Алина Остапчук, арт-директор диджитал-агентства «Адикт»

Фото А. Федорова

**Что может вызвать вопросы у заказчика?**

– Ситуации разные случаются. Бывает такое, что мы все хорошо проанализировали, продумали – и функционально все здорово. Но эмоционально – не цепляет. И если за 15 секунд человеку не понравилось, то можно потом сколько угодно объяснять, как прекрасен дизайн, приводить аргументы, это не сработает: первые 15 секунд провалены.

Это, конечно, не страшно. По договору мы предлагаем не одну концепцию, а три – и потому всегда готовы, получив обратную связь, уйти, подумать, переработать то, что мы сделали. Лучше исправить сразу, на стадии концепции, с наименьшими потерями.

## ТВОРЧЕСТВО, КОНВЕЙЕР И СИЛА КОМАНДЫ

**Считаете ли вы, что дизайн – это творчество? Что, на ваш взгляд, правильнее – «промышленный» подход или творческий поиск и вдохновение?**

– Я не люблю слово «вдохновение» в нашей работе. Мы не можем, договорившись заранее о дедлайне, прийти и сказать: «У нас сегодня не было вдохновения, поэтому мы ничего не сделали».

Дизайн – это совокупность творческого процесса и постоянного – в хорошем смысле – конвейера, который всегда готов выдавать стабильно хороший результат. Когда мы говорим про одного человека, мы понимаем, что это невозможно: человек может уставать, выгорать, у него действительно может не ока-

заться хороших идей. Работа в команде дает нам ту самую синергию, когда мы и творчество подключаем, и аналитику. Это постоянные процессы – и не надо каждый раз изобретать что-то новое.

**Так это видите вы изнутри. А для клиента в чем принципиальные отличия? Многие компании выбирают между фрилансером и агентством.**

– Фрилансер, как бы он ни был хорош, – это всегда один человек. У него нет возможности сразу, напрямую обратиться к другим специалистам – в отдел маркетинга, например, чтобы проконсультироваться по поводу каких-то своих гипотез. Он действует по наитию, на основе личного опыта, и это, конечно, делает дизайн очень субъективным. Фрилансер может быть хорошим дизайнером, да. Я знаю таких фрилансеров, особенно успешных те, кто выбирает свою конкретную нишу. Но риски для клиента есть всегда. Вы не можете быть уверены в том, что работа будет выполнена в срок.

Работая с агентством, клиент защищен договором, в котором прописаны четкие сроки и ТЗ, которое мы выполняем. На задачу клиента работает команда, и это не только графические и веб-дизайнеры, но и менеджер проекта, интернет-маркетолог, специалисты по интерфейсам, разработчики, которые могут проконсультировать по дальнейшей реализации... Обращаясь в агентство, клиент покупает целый пул компетенций, который так или иначе будет работать, даже если в договоре всего одна строчка, например, «Разработка интерфейса главного экрана».

**Чем сегодня руководствуется клиент при выборе агентства? Какие критерии важны?**

– Все зависит от того, с каким заказчиком мы имеем дело. Поскольку мы сейчас уже работаем с более крупными клиентами, то здесь, конечно,

оценивается совокупность объективных параметров. Если, например, мы заявляемся на тендер, там всегда есть четкий список документов, реглалий, рейтингов, который мы должны предоставить.

**А сами работы?**

– Конечно. Во-первых, чтобы клиент убедился, что мы можем работать с большими заказчиками. Во-вторых, чтобы увидел, насколько мы готовы не только проработать аналитическую часть, но и эмоционально удивлять клиента. Все анализируется и оценивается.

В нашей практике в последнее время вообще не случалось таких историй, чтобы клиент пришел, увидев чей-то дизайн, и сказал: «Вау, как здорово, а сделайте мне, пожалуйста, так же». Бюджеты достаточно крупные, и в этом случае заказчик уже не готов выбирать подрядчика просто по «вау»-эффекту.

## ГЛОБАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН И ЗАКАЗЧИКИ «В ТЕМЕ»

**Дизайн становится глобальным: сегодня легко прочитать о трендах, найти примеры качественных работ. Значит ли это, что современный заказчик больше «в теме»? Как это отражается на уровне заказов, взаимоотношений?**

– Это очень влияет на уровень компетенций клиентов. PR-менеджеры и бренд-менеджеры крупных компаний, например Valio, зачастую могут знать даже больше, чем мы. У них большой портфель своих интернет-проектов, они отлично разбираются в вопросе, и порой мы начинаем в какой-то степени соревноваться по компетенциям.

В таких случаях мы работаем в полнейшем взаимодействии с клиентом – постоянно обмениваемся идеями. Компетентный заказчик – это всегда приятный заказчик, потому что он пришел работать хорошо и на результат. Под его предложениями всегда будет объективная подоплека.

И это, кстати, стало встречаться не только среди крупных клиентов. Компании в целом начинают шире смотреть на вещи. Все сейчас читают различные кейсы, слышат новости: про ребрендинг Сбербанка, про нейросеть Лебедева, пытаются вникнуть. Приходят и говорят: это здорово, давайте тоже попробуем.

**Создается впечатление, что все ваши клиенты – идеальны. Но ведь так не бывает? Есть, наверняка, и другие истории?**

– Наверное, самая сложная история для нас – когда клиент не готов вовлекаться. Он может быть некомпетентным – в целом, это и не его работа. Но без диалога ничего не получится. Бывает такое, что приходит заказчик, мы подписываем договор – и он пропадает на две недели. Нет никакой обратной связи. Пишем, звоним – а он никак не реагирует. Скорее всего, после этого этапа мы завершим отношения, потому что в этом случае есть риски получить не очень хороший продукт на выходе.

**Только сделать хороший дизайн – мало. Важно, чтобы он потом работал. Как вы помогаете своим заказчикам в этом?**

– Планы клиентов по дальнейшему развитию мы стараемся узнавать сразу, на первой же встрече. Бывает, что приходят молодые горячие стартапы, говорят: «Наша идея – просто бомба! Нужен только дизайн, только классное билбордное приложение». Менеджер проекта начинает спрашивать: какие у вас стратегические маркетинговые планы, как вы будете выходить на рынок, оценили ли вы его состояние и т.д. Иногда такого разговора достаточно, чтобы привести в чувство.

Когда заказчик понимает перспективы бизнеса, имеет бюджеты на дальнейшее продвижение, мы разрабатываем фирменный стиль и дальше готовим по медиа-плану все креативы: баннеры, постеры, все, что нужно. Кроме того, мы предлагаем авторский надзор, помогаем освоить наш гайдлайн. Так процесс адаптации к новому дизайну проходит более успешно.

“ Я не люблю слово «вдохновение» в нашей работе. Мы не можем, договорившись заранее о дедлайне, прийти и сказать: «У нас сегодня не было вдохновения, поэтому мы ничего не сделали»

альны. Но, если честно, я не могу привести пример провального дизайна. Мне кажется, секрет в том, что мы всегда работаем поэтапно, сверяя позиции, а не уходим на полгода, чтобы вернуться с итоговым вариантом. Дизайн – это всегда результат постоянной коммуникации с заказчиком. Если клиенту что-то не нравится – мы исправляем, дорабатываем продукт.

## МАТЕМАТИКА, ЭМПАТИЯ И НЕИЗБЕЖНАЯ НЕЙРОСЕТЬ

**Какое место в дизайне занимает аналитика? Как понять, что дизайн работает и бизнес-задача действительно решается?**

— У бренд-менеджеров крупных компаний всегда есть KPI, по которым они могут отследить всю историю: сегодня они вывели продукт на рынок, прошло полгода — что изменилось, сколько продано товара, как трансформировалось представление аудитории о продукте?

Аналитики в дизайне очень много. Когда я набираю дизайнеров в команду, всегда спрашиваю, насколько хорошо у человека с математикой, потому что это важно, правда.

**Какое соотношение математики и творчества оптимально? 50/50?**

— Я бы сказала, 60/40. 60% — это аналитика, а 40% — умение придумать, как визуально передать чувства и эмоции, донести их до пользователя. Как «ПП-шникам» рассказать, что этот йогурт — действительно для них. Как аудитории 15+ объяснить, что это дружественный им продукт, что его обожает их любимый блогер...

**То есть и функциональность важна, и красота, эмоции?**

— Конечно. Нельзя, чтобы сайт, например, получился только функциональный или только красивый. Всегда нужно найти золотую середину. И желательно, чтобы это был не компромисс, а именно золотая середина.

**Над поиском «золотой середины» в «Адикте» работает целая команда дизайнеров. Это «мастера на все руки» или узкие специалисты?**

— У каждого дизайнера в команде есть своя специализация. Нередко на рынке можно встретить такие истории, когда дизайнер в компании один, и он делает буквально все — и визитки, и баннеры, и сайты. И логотип пусть нарисует — он же дизайнер! У нас этого нет.

Графические и веб-дизайнеры — это две абсолютно разные команды. И они не пересекаются: один специалист не выполняет задачу другого. При этом ребята, конечно, общаются друг с другом, коммуницируют, помогают

решать эти задачи, но у каждого есть своя специализация, своя сфера ответственности и роста.

“**Нейросети могут помочь дизайнеру — они и сейчас уже значительно облегчают нам жизнь: помогают сделать коллаж, исправить фотографию, проверить макет на ошибки, что-то автоматизировать... Но чувствовать, эмпатировать и выбирать может только человек**”

решать эти задачи, но у каждого есть своя специализация, своя сфера ответственности и роста.

**Может, в недалеком будущем дизайнеры и вовсе будут не нужны? Думаю, все помнят свежую историю, когда логотипы рисовал искусственный интеллект: клиенты даже не сразу заподозрили, что за этим не стоит живой человек.**

— А опытные дизайнеры, кстати, понимали, что что-то не так. Наблюдаешь и отмечаешь: везде применяются одни и те же градиенты, одинаково строится композиция, похожи шрифты. Мы обсуждали с ребятами, что это очень похоже на генеративный дизайн. Как он строится? Берется куча шрифтов, цветовых сочетаний, форм — все это автоматически перемешивается, и выдается результат.

Нейронные сети все равно используют человеческий опыт, перерабатывают старое — то, что уже нарисовали, то, что было пережито. Без человеческого участия не может появляться новое. Работа алгоритмов так или иначе предсказуема, она подчиняется определенным формулам, а человеческий мозг — уникален, его до конца не расшифровали. Надеюсь, что человек и нейронные сети будут развиваться вместе, и эволюция человека позволит ему сохранить рабочие места и создавать еще более грандиозные варианты, чем может предложить нейросеть.



Сотрудники диджитал-агентства «Адикт» за работой

Фото А.Федорова

**То есть человек все-таки важнее?**

— Да. Он в этой цепочке главный. Нейросети могут помогать — они и сейчас уже значительно облегчают нам жизнь: помогают сделать коллаж, исправить фотографию, проверить макет на ошибки, что-то автоматизировать... Но чувствовать, эмпатировать и выбирать может только человек.

## КОНКУРСЫ «ДЛЯ ТОНУСА» И ПОИСК КАДРОВ

**Вы участвуете в различных профессиональных конкурсах и рейтингах. Зачем вам это? Соревнования держат в тонусе?**

— Во-первых, это важно с точки зрения признания профессиональным сообществом. Мы всегда пытаемся выходить из регионального

уровня и работать на федеральном и международном, без этого никак. Как еще ты можешь объективно оценить свои усилия, подтвердить свои компетенции? Конкурсы позволяют понять: ты двигаешься в верном направлении, ты действительно компетентен, а значит, можешь брать на себя ответственность за решение каких-то крупных задач.

Во-вторых, это удовлетворение личных амбиций. Каждому дизайнеру приятно, когда его работа получает награду. Важно ведь не только получать удовольствие от процесса работы «здесь и сейчас», но и видеть объективную оценку того, что ты делаешь.

В-третьих, это, конечно, важно для заказчика. PR-менеджеры, бренд-менеджеры следят за профессиональными рейтингами. При участии в тендерах, например, часто бывает нужно перечислить все награды. А иногда — указать строчку в рейтинге «Тэглайн». Если не входил в топ-60 — шансов нет.

**Результат команды — итог работы каждого. Где берете кадры, как обучаете?**

— Казалось бы, есть университеты, которые готовят специалистов, есть даже целая кафедра дизайна, например, но после нее человек не приходит на работу подготовленным. В принципе, это нормально: нет смысла требовать от текущей системы образования выпускать профессионалов, готовых выйти на рынок, работать с клиентами и поражать всех своими идеями. Главное — чтобы человек был обучаем. А дальше уже зависит от агентства — насколько оно готово вкладываться и тянуть за собой таких людей.

**Вы готовы?**

— Мы в определенный момент осознали, что нет смысла искать суперзвезд, пытаться привезти их откуда-то — это всегда разовая история. Сейчас у тебя человек работает — хорошо, а завтра он ушел — и агентство оказалось в подвешенном состоянии. Мы проработали у себя схему обучения, стажировок, которые запускаем летом и зимой. Приглашаем и студентов, и взрослых. Эта система обучения позволяет регулярно обновлять кадровый состав и не переживать так болезненно, когда человек уезжает в Москву, например, — а это частая история.

**Насколько важна для дизайнера профессиональная среда? Есть мнение, что хороший дизайнер в провинции появиться не может.**

— Среда — это очень важно. Алексей Раменский, главный редактор рейтингового агентства «Тэглайн», сказал на конференции «Байкал Диджитал Дэйз», что хороший дизайнер не может вырасти в регионе. С одной стороны, он прав: вот мы выходим на улицу Бурлова, а здесь стройка и катакомбы. На дизайнера очень влияет то, что он видит. Чувство прекрасного воспитывается с детства и вот эта «насмотренность» — то, что мы привыкаем видеть вокруг себя и считаем нормальным.

С другой стороны, мир сегодня глобален: дизайнер может выйти в интернет и в том же TikTok найти классные решения, разборы. В Instagram есть профили крутых иллюстраторов, дизайнеров и агентств. Если человек не закрывается в своем маленьком мирке и тратит хотя бы час в день на то, чтобы почитать, посмотреть что-то хорошее в сети, ему уже будет проще.

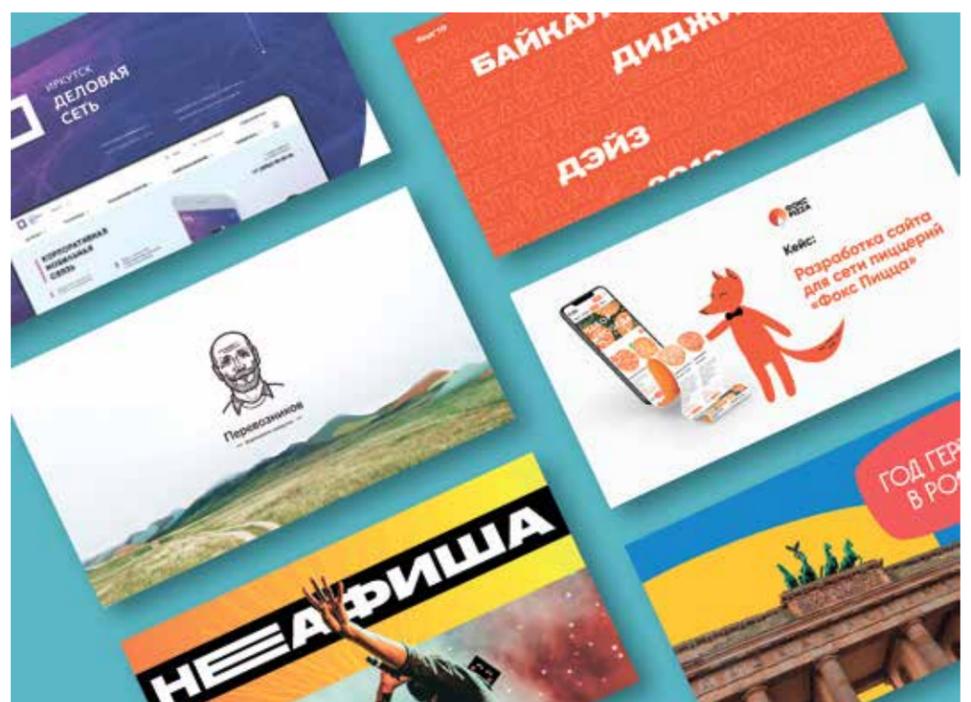
Важно понимать, что дизайнер — это человек, который готов не только читать профессиональные статьи про шрифты и цвета. Это человек, который погружен в массовую культуру: он смотрит фильмы, он понимает, что происходит, чем дышат люди, почему сейчас они слушают русский рэп, а завтра — совсем другую музыку. Насколько дизайнер готов к восприятию всего этого — настолько он может развиваться. И для этого совсем не обязательно куда-то уезжать.



сайт: [adict.ru](http://adict.ru)  
телефон: 48-57-38

**АДИКТ**

## Недавние работы «Адикт» по дизайну и брендингу



# Невыполнимый квест: что не так с ипотекой ИЖС?

Ипотека в этом году, по оценкам экспертов, бьёт все рекорды. По предварительным данным Дом.РФ, в сентябре 2020-го она достигла 470 млрд руб., что почти в два раза больше прошлогодних показателей. Такой рост был обеспечен займами на недвижимость в многоквартирных домах, хотя с начала весны многие участники рынка недвижимости отмечают резкий рост интереса к загородному жилью. Но в этом сегменте всё стабильно – на объекты индивидуального жилищного строительства, как и раньше, приходится примерно 1% ипотечных кредитов. Газета Дело выясняла, почему так происходит и что тормозит развитие ипотечного кредитования ИЖС.

## ЧАСТНЫЙ СЕКТОР ЛИДИРУЕТ

О том, что индивидуальное жилищное строительство популярно у жителей Иркутской области, наглядно говорят цифры. Так, по данным Иркутскстата, в нашем регионе ввод ИЖС за январь-август 2020 года составил 61% от общего объема ввода жилья. За аналогичный период 2019-го этот показатель составил 62%, а ещё годом ранее – 64%.

Загородный тренд отмечают не только чиновники, но и представители строительной отрасли и банковской сферы. «Немаловажный аргумент в пользу строительства собственного дома – возможность строить в несколько этапов за несколько лет, ориентируясь на свои финансовые возможности», – комментирует региональный управляющий АО «Альфа-Банк» в Иркутске Ольга Беспечная.

«Весомая доля наших клиентов, особенно в этом году, когда появилось столько мер господдержки, готовы взять ипотеку на строительство индивидуального дома, даже если на это хватает собственных средств», – говорит коммерческий директор компании «Хрустальный девелопмент» Кристина Яковенко.

Поэтому практически у всех крупных российских банков существуют ипотечные программы на приобретение готовых коттеджей и таунхаусов, а также их строительство.

Но в оформлении ипотеки на такое жилье очень много нюансов, тормозящих весь процесс. Например, заёмщиков останавливает высокая ставка кредита (от 9%) и первоначальный взнос – от 25% от сметы строительства. Кроме этого, например, в Сбере нужно поручительство платежеспособных физических лиц на этапе стройки, составление сметы и предоставление отчетности заёмщиком. И ещё одно важное условие – земельный участок в обязательном порядке должен быть в собственности заёмщика. При другом «раскладе», например, когда земля находится в аренде, банк ипотеку не одобрит.

Есть жёсткие требования и к подрядной организации, с которой заёмщик заключает контракт на строительство. Это должна быть безубыточная компания с опытом строительства домов под ключ. При этом для большинства застройщиков схема аккредитации



Фото из архива компании

представляется довольно сложной процедурой. Вызывает вопросы и финансирование проекта, которое кардинально отличается от сектора МКД.

«После заключения договора с покупателем квартиры банк перечисляет застройщику 100% средств. В ИЖС же средства поступают частями: построил фундамент – 20%, возвёл стены – ещё 30% и т.д. Застройщику приходится строить на свои или закладывать всю маржу «на потом». Для бизнеса это не очень интересная история. Особенно, когда речь идёт о таком проекте, как «Резиденция XV», где очень много средств вкладывается в благоустройство, в капитализацию земли», – рассказала Кристина Яковенко.

Финансовые же организации «отпугивают» недостаточная ликвидность объектов ИЖС как предмета залога и характерные для этого сегмента высокие риски. В частности, в нашем регионе, как считают в областном минстрое, «широкому распространению ипотечного кредитования ИЖС не способствует преобладание деревянного домостроения, поскольку несет в себе высокие риски утраты такого имущества».

## ПРЕДЛОЖЕНИЙ МНОГО, ЗАЯВОК – НЕТ

Тем не менее, правительство России регулярно запускает программы поддержки строительства индивидуальных жилых зданий. Так, одна из последних мер такой помощи – «Сельская ипотека» с льготной ставкой 2,7%.

«Сама идея льготной ипотеки – своевременна и актуальна, так как дает клиентам возможность построить дом, о котором они мечтают, по привлекательной ставке, с минимальным первоначальным взносом – 10%, без поручителей и дополнительного залога, на своем либо приобретаемом земельном участке с помощью аккредитованной строительной компании», – отмечает директор Иркутского регионального филиала АО «Россельхозбанк» Наталья Баркова.

Но у «сельской ипотеки» есть ряд требований к договору подряда, смете (проекту дома), обязательно соблюдение технических требований к строящемуся объекту, вплоть до вывoda всех коммуникаций, инженер-

ных сетей, водоотводящих стояков и сливов.

В Россельхозбанке разработаны программы и для ипотечного кредита на строительство дома в черте города, правда, и в этих случаях есть определенное «но»: будущий дом должен быть с фундаментом и обеспечен центральными или автономными инженерными системами (электроснабжение, водоснабжение, водоотведение, отопление).

«С точки зрения потребителя, мне кажется, это невыполнимый квест – получить ипотеку на ИЖС. Гораздо проще найти кредитные средства каким-то другим способом, например, взять целевой кредит, но не залазить в ипотеку на строительство дома», – признался нам один из экспертов. И фактически, кто хочет построить дом, всегда может найти альтернативный вариант, замещающий ипотечный кредит.

Например, в Альфа-Банке, можно взять кредит наличными, причём сейчас – по рекордно низкой ставке. И главное – быстро: без залога, оценки, юридического анализа сделки. Ещё один вариант – кредит под залог имеющейся в собственности квартиры. При этом кредитор не выставляет требования к проекту строительства, срокам, капитальности дома, да и в принципе целевое использование кредитных средств не контролируется, плюс нет необходимости передавать в залог построенный дом.

Кредит под залог имеющейся собственности можно получить в других банках. Например, в банке «Открытие», кроме программы кредитования на приобретение готового дома с земельным участком, можно также оформить кредит на строительство дома под залог имеющейся в собственности квартиры. Но она не должна быть в залоге, а в доме, где находится квартира, не может быть деревянных стен и деревянных перекрытий. При этом этажность дома – не менее двух этажей, процент износа – не более 60%.

Однако интерес к таким займам как заёмщиков, так и финансистов, нельзя назвать высоким. Так, по информации управляющего банком «Открытие» в Иркутской области Владимира Чернышева, по программе под залог имеющейся в собственности квартиры количество заявок от клиентов в их учреждении не превышает десятка в год. А выданных кредитов на указанные цели и вовсе не было.

В Сбере, где традиционно высокий спрос на ипотечные продукты, по данным пресс-службы, по программе ИЖС в Иркутской области за 9 месяцев 2020 года было подано только 815 заявок, а это всего лишь около 2% от всего объема заявок на ипотеку. Выдал банк 70 кредитов – в общем объеме это около 0,6%.

## НУЖНЫ ЧЁТКИЕ ПРАВИЛА

Что могло бы изменить ситуацию? По мнению экспертов, на рынке строительства и кредитования ИЖС нужно разработать чёткие правила. В первую очередь, на федеральном уровне. Такая работа уже идёт: в Минстрое РФ хотят внедрить на рынок индивидуального домостроения механизм проектного финансирования, сформировать общедоступный каталог типовых проектов, выделить зоны комплексной малоэтажной застройки и обеспечить в них необходимую инфраструктуру.

Банкиры добавляют – неплохо бы ещё создать базу строительных компаний, которые специализируются на ИЖС. Застройщики и девелоперы уверены – чтобы развивать механизм ипотеки, нужен настоящий продукт – концептуальные коттеджные посёлки, а не то, что в мировой практике называется самостроем (self-built), и как раз, в основном, и возводится в России.

«Это должны быть в большинстве случаев продуманные типовые проекты, которые будут ликвидны. Необходимо повышать ликвидность загородной недвижимости, а для этого нужны цивилизованные посёлки с хорошей инженерией, с современной архитектурой, с системой управления общим имуществом, все это давно является стандартом для нашей компании. И под такие проекты можно было бы разрабатывать ипотечные продукты. Именно за этим будущее кредитования рынка ИЖС», – подытоживает руководитель проекта «Патроны Парк» Дмитрий Кузнецов.



Наталья Горбань  
Полную версию читайте на сайте SIA.RU

# Нотариус онлайн: как можно будет получить и оплатить услуги удаленно

Минюст утвердил порядок обращения к нотариусу через Интернет. Теперь понятно, как можно будет подать заявление о совершении нотариально-го действия удаленно и оплатить услугу. Новый документ вступит в силу 29 декабря. Остановимся на интересных моментах.

## Как направить заявление

Для начала напомним, что нотариус сможет удаленно, например:

- подтвердить верность перевода с одного языка на другой;
- совершить исполнительную надпись в виде электронного документа;
- принять на хранение электронные

документы;

- посмотреть информацию в интернете;
- выдать выписку о залоге движимого имущества.

Заявление о совершении нотариального действия можно будет направить в ФНП через:

- портал госуслуг;

- личный кабинет ЕИС нотариата;
- веб-сервис ЕИС.

Для подачи заявления заполняется его форма в одном из этих сервисов. Само заявление, а также весь комплект (заявление + приложенные документы) подписываются усиленной квалифицированной электронной подписью.

Нужно будет выбрать место совершения действия (нотариальный округ или субъект РФ), и заявление поступит первому в очереди нотариусу. О принятии направят уведомление либо попросят изменить место, если нотариус не оказался в очереди.

## Как оплатить

Размер платы и реквизиты счета, способы оплаты, уведомление о ее

поступлении направят на адрес электронной почты из заявления, а также через портал госуслуг или сервисы ЕИС.

Не позднее 5 рабочих дней со дня получения подтверждения оплаты заявителю отправят нотариальный документ либо постановление об отказе в совершении нотариального действия или о его отложении.

Если нотариус откажется совершать действие, он вернет деньги в течение 10 дней со дня вынесения соответствующего постановления.

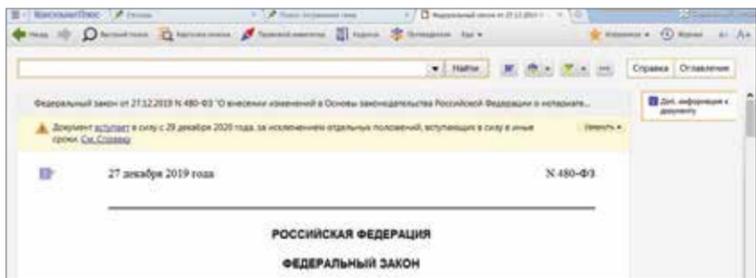
Напомним, что поправки об удаленном нотариате были приняты в конце прошлого года и вместе с новым документом вступают в силу с 29 декабря 2020 года. Подробнее об изменениях

читайте в материале системы КонсультантПлюс «Нотариусов переводят в интернет: обзор изменений».

Документы: Приказ Минюста России от 30.09.2020 № 232; Федеральный закон от 27.12.2019 № 480-ФЗ. Материал подготовлен с использованием правовых актов по состоянию на 07.10.2020.

Получить подробную информацию о возможностях системы КонсультантПлюс и бесплатный пробный доступ можно в сервисном центре ООО «КонсультантПлюс в Иркутске».

**КонсультантПлюс в Иркутске**  
 (3952) 22-33-33, 53-28-53  
 ООО «КонсультантПлюс в Иркутске»  
 Иркутск, ул. Красноварская, д. 31/1,  
 1 подъезд, 7 этаж  
 info@kpnplus.ru, www.kpnplus.ru



# Отказать нельзя: ВИЧ не повод ограничивать трудовые права человека

Иркутянка Дина (имя изменено) о своём положительном ВИЧ-статусе узнала четыре года назад – совершенно случайно. О диагнозе женщина рассказала на работе. «Думала, что делюсь с друзьями, но коллеги сделали всё, чтобы от меня избавиться», – признаётся Дина. Сейчас она получает современную терапию и является безопасной для окружающих, у неё есть любимая работа, но о своём статусе женщина не ставит в известность руководство компании – чтобы вновь не остаться без работы. Корреспондент Газеты Дело вместе с начальником юридического отдела Иркутского областного центра СПИД Оксаной Фильшиной разбирался, какие права есть у работника с ВИЧ и его работодателя в соответствии с законодательством РФ.



Фото из архива компании

## В СООТВЕТСТВИИ С ЗАКОНОМ

**Оксана, давайте сначала поговорим о правах работника с ВИЧ-статусом. Есть ли какие-то сферы экономики, где нельзя работать людям с этим заболеванием?**

– Такая формулировка, как «нельзя», не применима к сферам экономики. Людям, больным ВИЧ-инфекцией, можно работать во всех сферах. Это прописано в основном законе по ВИЧ, который был принят 30 марта 1995 года, – № 38-ФЗ «О предупреждении распространения в Российской Федерации заболевания, вызываемого вирусом иммунодефицита человека (ВИЧ-инфекции)», а также вытекает из позиции Верховного Суда РФ.

В частности, в соответствии со ст. 17 федерального закона, человека нельзя уволить с работы или отказать в приеме на работу, в том числе, в образовательные и медицинские организации, только потому, что у него ВИЧ-инфекция. Само по себе это не является безусловным основанием для признания кандидата негодным к работе, если нет других противопоказаний, связанных с состоянием его здоровья.

Нельзя также ограничивать другие права и законные интересы ВИЧ-инфицированных, равно как и членов их семей, если иное не предусмотрено законодательством.

**Должен ли работник сообщать работодателю о своём положительном статусе? Если нет, то в каких случаях это всё-таки лучше сделать?**

– Законодательство не предусматривает такой обязанности, к тому же работник может и не знать о своём статусе. Но при этом в законодательстве предусмотрены случаи, когда работодатель может самостоятельно направить отдельные категории сотрудников на освидетельствование на ВИЧ.

**Если человек в соответствии с законодательством сдал анализ, и у него обнаружился вирус иммунодефицита, может ли работодатель по этой причине отстранить его от выполняемой работы?**

– Поскольку ВИЧ-инфекция – социально-значимое заболевание, представляющее опасность для окружающих, то здесь работодатель должен действовать в соответствии с федеральным законом «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения». Если работник, который является носителем возбудителей инфекционных заболеваний, может стать источником распространения болезни в связи с особенностями его деятельности, то при его согласии он может быть временно переведён на другую работу, не связанную с риском распространения инфекции. При невозможности перевода – на основании постановлений главных государственных санитарных врачей и их заместителей – его могут временно отстранить от работы с выплатой пособий по социальному страхованию.

Таким образом, всё зависит от конкретных закреплённых за работником должностных обязанностей и функций. Если, с учётом путей передачи ВИЧ, они не предусматривают риска для окружающих, то оснований для отстране-

ния или перевода нет. Уточню, что основными путями передачи ВИЧ-инфекции являются естественный (половой и от матери ребёнку) и искусственный (парентеральный: инъекционный, трансфузионный, трансплантационный).

При этом нужно помнить, что люди с заболеваниями, опасными для окружающих, обязаны проходить медицинское обследование (в случаях, предусмотренных законодательством) и лечение, а также заниматься профилактикой этих заболеваний.

**Если трудовые права такого работника всё-таки нарушены, куда он может обратиться за их защитой?**

– Каждый из нас имеет право защищать свои трудовые права и свободы всеми способами, не запрещёнными законом. Основные из них: самозащита; обращение в профсоюз; обращение в инспекцию по труду или прокуратуру, которые осуществляют государственный контроль (надзор) за соблюдением трудового законодательства; судебная защита.

СПИД Центр оказывает пациентам с ВИЧ-инфекцией консультативно-юридическую помощь.

## ЕСЛИ ЧТО-ТО ПОШЛО НЕ ТАК

**А в случае инфицирования сотрудника на рабочем месте, какова ответственность работодателя?**

– К лицам, которые поставили в опасность заражения или заразили ВИЧ-инфекцией, предусмотрена уголовная ответственность и гражданская правовая ответственность.

Обязанности работодателя возникают в связи с несчастными случаями, произошедшими с сотрудниками, которые участвуют в производственной деятельности (работники, практиканты, ученики, лица, выполняющие общественно-полезные работы и др.), при исполнении трудовых обязанностей или какой-либо работы по поручению или в интересах работодателя. В том числе в течение рабочего времени на территории работодателя либо в другом месте выполнения работы.

При этом работодатель может нести ответственность, только если несчастный случай произошёл на производстве из-за того, что он не соблюдал законодательство о труде и охране труда.

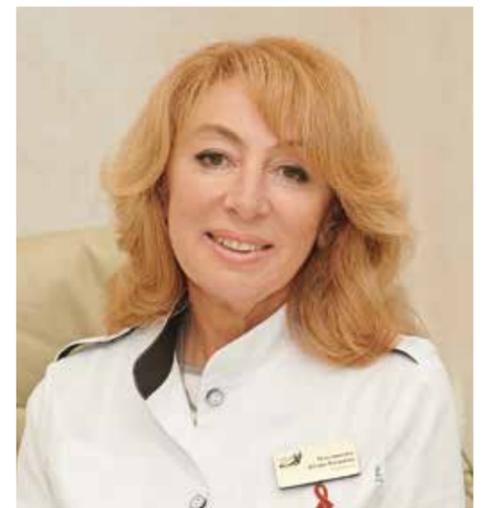
На каждом предприятии должна быть аптечка, и желательно – с целью профилактики ВИЧ-инфекции – чтобы в организациях, которые не занимаются оказанием медицинских услуг, также были укладки экстренной профилактики парентеральных инфекций.

**Несёт ли работодатель ответственность, если его сотрудник с ВИЧ стал причиной заражения клиента или коллеги?**

– Если функции и обязанности работника с ВИЧ связаны с риском заражения (уколы, операции, инъекции и т.п.), и работодатель в соответствии с законодательством был обязан перевести или отстранить сотрудника, но не сделал этого, тогда он может быть привлечён к административной и гражданско-правовой ответственности.

Если вины работодателя нет, то к ответственности в соответствии с законодательством привлекается работник.

**«Современная АРВ-терапия делает человека с ВИЧ-статусом безопасным для окружающих. И не важно, повар он или парикмахер»**



Юлия Плотникова, главный врач Иркутского областного центра по профилактике и борьбе со СПИД и инфекционными заболеваниями

Если человек с ВИЧ-статусом принимает современную антиретровирусную терапию, и у него неопределяемый уровень вирусной нагрузки, то он, во-первых, сам начинает жить как здоровый человек, потому что восстанавливается его иммунная система, во-вторых, он становится безопасным для окружающих, так как не может передать вирус ни своему половому партнёру, ни ребёнку – если это женщина. И не важно, повар он или парикмахер. АРВ-терапия – это, по сути, инструмент реального противодействия распространению ВИЧ-инфекции.

Тем не менее, дискриминация по отношению к людям с ВИЧ в обществе есть, стигма есть, страхи есть, хотя, может, не так ярко выраженные как, например, 20 лет назад. Всё-таки общество постепенно становится менее невежественным в этом смысле, больше становится образованных и понимающих, что не стоит так бояться людей с ВИЧ. Во всяком случае, если говорить о молодёжи, то тут точно есть хорошая динамика, потому что молодёжь знает больше, более прогрессивна, более открыта новой информации и способна изменить, модифицировать своё сознание. Что касается людей более старшего возраста, то здесь сложнее, более того, достаточно сложно обстоят дела и в медицинском сообществе.

Что может сделать в этой ситуации СПИД центр и его специалисты? Максимально обучать, образовывать, проводить акции, привлекать внимание, распространять достоверную научную информацию. Мы этим активно занимаемся. Например, давно работаем с трудовыми коллективами в формате ДКТ – дотестового консультирования и тестирования. Сотрудничая с профсоюзами и работодателями: в частности, под эгидой Международной организации труда провели на базе СПИД центра ряд семинаров для представителей профсоюзов, руководителей, ответственных за технику безопасности, снабдили их спецроликами о ДКТ на работе, чтобы они на своих предприятиях тиражировали информацию, которую получают у нас.

## ВАЖНО

### Юридическое обоснование

**Федеральный закон от 30 марта 1995 г. № 38-ФЗ «О предупреждении распространения в Российской Федерации заболевания, вызываемого вирусом иммунодефицита человека (ВИЧ-инфекции)»:**

Статья 9. Обязательное медицинское освидетельствование

1. Обязательному медицинскому освидетельствованию подлежат доноры крови, биологических жидкостей, органов и тканей.
2. Лица, отказавшиеся от обязательного медицинского освидетельствования, не могут быть донорами крови, биологических жидкостей, органов и тканей.
3. Работники отдельных профессий, производств, предприятий, учреждений и организаций, перечень которых утверждается уполномоченным правительством Российской Федерации федеральным органом исполнительной власти, проходят обязательное медицинское освидетельствование для выявления ВИЧ-инфекции при проведении обязательных предварительных при поступлении на работу и периодических медицинских осмотров (перечень утверждён постановлением правительства РФ от 4 сентября 1995 г. № 877)



Телефон горячей линии: 8-800-350-22-99

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМА КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА

**Актуальные предложения  
по продаже и аренде  
недвижимости  
всегда на сайте  
REALTY.IRK.RU**

**НЕДВИЖИМОСТЬ**

**ПРОДАЁТСЯ**

НА САЙТЕ

**REALTY.IRK.RU**

Каждый день на сайте REALTY.IRK.RU:  
– Новостройки Иркутска и области  
– Вторичное жильё  
– Коттеджи  
– Коммерческая недвижимость  
– Земельные участки

classified |



**Ростелеком**

ПАО «РОСТЕЛЕКОМ»  
РЕАЛИЗУЕТ  
НЕДВИЖИМОСТЬ  
в Иркутской области

Справки  
по телефонам:  
(3952) 200-355  
(3952) 203-501

Адрес: 664011, г. Иркутск,  
ул. Пролетарская, 12, каб. 307,  
отдел имущественных прав  
e-mail: anna.v.parilova@sibir.rt.ru  
www.realty.rostelecom.ru

г. Усолье-Сибирское



пр-т Комсомольский, 128

**НЕЖИЛЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ**

Общая площадь 2681,93 кв. м в подвале,  
1, 2, 3 этажах с земельным участком площадью 921 кв. м.

19 799 000 руб.

г. Братск



ж.р. Энергетик, ул. Гиндина, 6

**НЕЖИЛОЕ ПОМЕЩЕНИЕ**

Площадь 3765,3 кв. м в цоколе, на 1, 2, 3  
этажах, чердаке, с земельным участком площадью 3521,25 кв. м.

20 893 552,5 руб.

г. Братск



ж. р. Гидростроитель

**НЕЖИЛЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ**

Ул. Енисейская, 50. Общей площадью 3 860,7  
кв. м в подвале, 1, 2, 3, 4 этажах с земельным  
участком площадью 4635 кв. м.

20 908 100 руб.

г. Усть-Илимск



ул. 50 лет ВЛКСМ, 16а

**НЕЖИЛОЕ ПОМЕЩЕНИЕ**

Площадь 2493,2 кв. м на 1, 2, 3 этажах  
с земельным участком 2205 кв. м.

11 331 900 руб.

д. Малая Еланка



Иркутский р-н

**ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ БАЗА**

Здание склада 569,9 кв. м, здание склада 931,1  
кв м, дизельная 131 кв. м, котельная  
52 кв. м, монтерский домик 107,6 кв. м, зем-  
ельный участок 29 600 кв. м в аренде.

4 302 606 руб.

г. Алзамай



ул. Механизаторская, 26

**НЕЖИЛОЕ ЗДАНИЕ**

Нижнеудинский район, 1-этажное кирпич-  
ное нежилое здание гаража площадью  
106,00 кв. м с земельным участком.

186 890 руб.

р.п. Атагай



ул. Победы, 19

**НЕЖИЛОЕ ЗДАНИЕ**

Нижнеудинский район, 1-этажное кирп.  
нежилое здание гаража площадью 81,6 кв. м  
с зем. участком площадью 866 кв. м.

126 983 руб.

д. Булюшкина



Тулунский р-н

**ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ БАЗА**

Монтерский домик из бруса 98,8 кв. м,  
дизельная – кирпичное здание 132,4 кв. м,  
земельный участок 9947 кв. м (в аренде).

441 580 руб.

**КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ**

Только от собственников  
Без комиссии

**АРЕНДА / ПРОДАЖА**

688-174  
www.arrpro.ru



Агентство  
Регионального  
Развития

**В ЦИФРАХ**

Средняя стоимость вторичного жилья в Иркутске на 30.10.2020 г. (тыс. руб./кв. м)

Тип	Кировский район	Октябрьский район	Свердловский район	Куйбышевский район	Ленинский район
1 комн. кирпич	86,28	86,92	76,72	72,52	59,90
1 комн. панель	95,16	86,27	79,83	91,68	63,27
2 комн. кирпич	89,65	83,76	70,75	74,33	56,07
2 комн. панель	82,56	83,08	69,16	65,35	56,78
3 комн. кирпич	89,34	83,19	66,88	68,55	52,04
3 комн. панель	62,39	75,79	65,24	59,11	57,13
Средняя стоимость	88,88	85,92	72,85	68,3	59,05

Средняя стоимость строящегося жилья в Иркутске на 30.10.2020 г. (тыс. руб./кв. м)

Срок сдачи	Кировский район	Октябрьский район	Свердловский район	Куйбышевский район	Ленинский район
Готовое	95,01	77,9	52,51	97,72	-
Срок сдачи – 2 полугодие 2020 года	-	90,80	70,25	-	44,29
Срок сдачи – 1 полугодие 2021 года	-	64,98	-	61,90	59,55
Срок сдачи – 2 полугодие 2021 года и позже	-	83,00	82,09	-	59,93
Средняя стоимость	95,01	82,18	73,54	82,36	58,88

Средняя стоимость коммерческой недвижимости в Иркутске на 30.10.2020 г. (тыс. руб./кв. м)

Назначение	Кировский район	Октябрьский район	Свердловский район	Куйбышевский район	Ленинский район
склад (продажа)	33,15	-	32,03	38,46	35,68
склад (аренда)	-	0,35	0,28	0,30	0,22
магазин (продажа)	85,54	64,14	44,89	61,10	43,33
магазин (аренда)	0,93	0,65	0,72	0,47	0,48
офис (продажа)	70,59	63,12	43,78	59,51	40,23
офис (аренда)	0,81	0,67	0,55	0,43	0,52

По данным REALTY.IRK.RU. По вопросам подписки на бюллетень «Рынок недвижимости» обращайтесь: тел. 701-303

**Новостройки Иркутска**

Продажа квартир через счета эскроу

ЖК «Sun City» (дома 1, 2, 3, 4)



**Расположение:**  
Октябрьский р-н, мкр. Солнечный  
**Этажность:** 10  
**Кол-во квартир:** 266  
**Площадь:** 17741 кв. м  
**Срок сдачи:** 2 кв. 2021 – 3 кв. 2022  
**Застройщик:** Гранд-Строй

ЖК «Восход» (б/с 1-4)



**Расположение:**  
Свердловский р-н, 4-ая Железнодорожная  
**Этажность:** 20  
**Кол-во квартир:** 198  
**Площадь:** 7875 кв. м  
**Срок сдачи:** 4 кв. 2021  
**Застройщик:** Старт-Инвест

ЖК «Скандинавия» (б/с 1.1, 1.2, 1.3)



**Расположение:**  
Октябрьский район, ул. Байкальская  
**Этажность:** 15-17  
**Количество квартир:** 266  
**Площадь:** 13667 кв. м  
**Срок сдачи:** 3 кв. 2020  
**Застройщик:** СК Стройэконом

ЖК «BOTANICA» (дома 1-3)



**Расположение:**  
Иркутский р-н, р.п. Маркова  
**Этажность:** 10  
**Кол-во квартир:** 477  
**Площадь:** 24416 кв. м  
**Срок сдачи:** 2 кв. 2021 – 1 кв. 2022  
**Застройщик:** Новый город

ЖК «Семья» (б/с 3,4)



**Расположение:**  
Октябрьский район, ул. Пискунова  
**Этажность:** 20  
**Количество квартир:** 320  
**Площадь:** 17870 кв. м  
**Срок сдачи:** 2 кв. 2022  
**Застройщик:** Жилстрой

ЖК «Гранд-Парк» (б/с 2.1, 2.2, 2.3)



**Расположение:**  
Свердловский район, ул. Бородина  
**Этажность:** 19  
**Количество квартир:** 285  
**Площадь:** 54115 кв. м  
**Срок сдачи:** 4 кв. 2022  
**Застройщик:** Максстрой

Источник: наш.дом.рф. Объекты представлены выборочно. Проектные декларации на наш.дом.рф. Полная информация о новостройках Иркутска на сайте REALTY.IRK.RU. Изображения: наш.дом.рф, сайты застройщиков.

**Реклама вашей недвижимости в Газете Дело и на сайте REALTY.IRK.RU – тел. (3952) 701-303**