

**NESTE И FORTUM** Финская Neste создана в 1948 году, она специализировалась на нефтепереработке и должна была в первую очередь обеспечивать энергетическую безопасность своей страны. Поэтому на рынок России компания вышла только в 1990-м — через создание совместного российско-финского предприятия. €200 млн инвестиций превратились с тех пор в терминал для хранения нефтепродуктов в Ломоносове и сеть из 75 АЗС. В этом году все это было продано «Татнефти» с условием, что еще пять лет заправки будут работать под брендом Neste.

Параллельно этим процессам в России, в Финляндии в 1998 году Neste объединяется с энергетическим концерном и рождается Fortum (в 2005-м нефтяной бизнес опять станет отдельной компанией Neste). Эта компания ничего не ждет и в том же году начинает работу на российском рынке: покупает в регионах электростанции, строит ветропарки и прочее. Сейчас Fortum принадлежит 29% петербургской ТГК-1, восемь ТЭЦ, по итогам 2018 года прибыль компании в России составила более € 1 млрд, а Ассоциация «НП Совет рынка» назвала Fortum самой эффективной генерирующей компанией на оптовом рынке России.

**SRV** Еще один финский строительный концерн был создан сравнительно недавно, в 1987 году, и изначально ориентировался на экспорт услуг — первый объект был возведен в Эстонской ССР. Конкретно на рынок Петербурга компания пришла в 1993 году, чтобы построить первый в городе финский супермаркет. Среди более 70 проектов в России своими масштабами выделяются два петербургских ТРЦ: «Жемчужная Плаза» (2013) и «Охта Молл» (2016). В этом году на международном инвестиционном форуме по недвижимости PROEstate оба ТРЦ получили премии Green Awards: High Performance Buildings в номинациях «Проекты недвижимости. Регионы» и «Лучшие за 10 лет!» (категория «Торговый центр»). А культурно-образовательное пространство «Охта Lab» в «Охта Молле» на Russian Coworking Awards признали лучшей event-площадкой в России.

И вот эти два успешных ТРЦ (заполняемость арендаторами — 100% и 97%) планируется продать. С весны обсуждается возможность покупки АО «Сбербанк Управление Активами» доли в «Жемчужной Плазе», девелопер также заявил о готовности рассматривать предложения по продаже «Охта Молла». Такова бизнес-модели SRV: построить центр, сделать привлекательным и для компаний-арендаторов, и для посетителей, что называется, «вывести на полную мощность», а затем уже получить за это максимальную сумму.

**K. HARTWALL И VILAKONE** Не все истории начинаются в прошлом веке или в нулевые. Пусть финская компания K. Hartwall, предлагающая торговое оборудование и логистические решения, и основана в 1932 году, но только в 2019-м у нее в Петербурге появилась «дочка».

Первыми ее клиентами должны стать магазины «Дикси», «Пятерочка», «Перекресток» и «Карусель». Им планируют предложить не только тележки, но и современные решения, сокращающие ручной труд. В дальнейших планах — создание завода, проект потребует инвестиций в €5 млн, но стоит ли их вкладывать, покажет время.

Намерен оценить реакцию рынка и финский производитель уборочной техники Vilakone (создан в 1950 году): компания все-таки построила в Левашово свой завод и открыла его в апреле этого года. План на 2019-й — 100 машин, на 2020 — до 300 единиц. Технику для коммунальщиков под маркой Wille в Россию привозят с 1990-х, о локализации говорили с 2017-го — она поможет участвовать в тендерах на госконтракты. Vilakone входит в концерн Wihuri Group, для которого это тоже первый опыт инвестирования в Россию. Возможно строительство второй очереди завода, если качели успеха пойдут вверх. ■

**ЗАПРАВКИ NESTE БУДУТ РАБОТАТЬ ПОД ЭТИМ БРЕНДОМ ЕЩЕ ПЯТЬ ЛЕТ**



## «ПЛАТЬЕ МАРИИ» СТАЛО БРЕНДОМ

**ЯРКИЕ РАЗНОЦВЕТНЫЕ МАКИ «МАРИМЕККО» (MARIMEKKO) НЕ ПОХОЖИ НИ НА КАКИЕ ДРУГИЕ ПРИНТЫ. ЭТО ТВОРЕНИЕ ПЕРВОГО ДИЗАЙНЕРА КОМПАНИИ МАЙИ ИСОЛЫ СТАЛО ВИЗИТНОЙ КАРТОЧКОЙ БРЕНДА, СЕГОДНЯ ИЗВЕСТНОГО ДАЛЕКО ЗА ПРЕДЕЛАМИ ФИНЛЯНДИИ.** АЛЬБИНА САМОЙЛОВА

Яркая одежда, домашний текстиль, посуда, сумки с цветочными принтами продаются в десятках фирменных магазинов в Европе и Северной Америке. Бренд этот считается недешевым, а начиналось все с небольшой фабрики Printex, где изготавливались кухонная клеенка и ткани с набивным рисунком — ее в 1949 году приобрел Вильо Ратиа, а его жена Арми вместе с дизайнером Майей Исолой озадачились разработкой новых рисунков для ткани. Компания была зарегистрирована в 1951 году, и Арми решила на новый шаг — шить из этих тканей одежду (название так и родилось — Marimekko в переводе с финского «платье Марии»). В том же году с успехом прошел первый показ коллекции одежды, но по-настоящему известной компания стала после того, как семь платьев «Маримекко» купила Жаклин Кеннеди. В 1960 году фотография жены американского президента в розовом платье с характерным принтом появилась на обложке спортивного еженедельника Sports Illustrated — и финский бренд, что называется, проснулся знаменитым. О нем стали писать в известных модных изданиях — Vogue, Elle, Harper's Bazaar.

Сегодня продукция «Маримекко» сохраняет присущую бренду простоту, функциональность и экологичность. Компания активно сотрудничает с молодыми дизайнерами, и не только финскими. Но классика остается — маки цветут по-прежнему. ■