

КАК РОЖДАЛСЯ УФИМСКИЙ
«КОММЕРСАНТЬ»:
ИНТЕРВЬЮ ПАВЛА
ФИЛЕНКОВА | 11

ПОЧЕМУ РЕПУТАЦИЯ ДОЛГОЕ
ВРЕМЯ БЫЛА ДЛЯ
БАШКИРСКОГО БИЗНЕСА
ПУСТЫМ ЗВУКОМ | 12

УФИМСКИЕ БИЗНЕСМЕНЫ,
ЧИНОВНИКИ И ЛИДЕРЫ
ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ —
О ДЕЛОВЫХ СМИ И
«КОММЕРСАНТЕ» | 16, 22

Коммерсантъ

Башкортостан



Вторник, 1 сентября 2020 №157
(6878 с момента возобновления издания)
Цветные тематические страницы № 9-32
Являются составной частью газеты «Коммерсантъ»
Зарегистрировано в Роскомнадзоре
ПИ № ФС77-76924 09 октября 2019 года

BUSINESS GUIDE



БАШПИРТ
ПАРТНЕР ВЫПУСКА

РЕКЛАМА



КЕЙТЕРИНГОВАЯ СЛУЖБА РЕСТОРАНА NOVUM

Ресторан Novum предлагает заказать кейтеринг с доставкой по Уфе в формате выездного фуршета, а также другие варианты обслуживания.

Планируете мероприятие дома или в офисе — у нас есть решения для любого случая! Наша компания рада предоставить отличную еду, ответственный персонал, консультацию и советы для вашего мероприятия.


CROWNE PLAZA®
AN IHG® HOTEL
UFA - CONGRESS HOTEL

cpufa.com
г. Уфа, ул. Цюрупы, 7
+7 (347) 285 01 17, 285 01 20
sales@cpufa.com

 [crowne_plaza_ufa](https://www.instagram.com/crowne_plaza_ufa)

 [novumufa](https://www.telegram.com/novumufa)



НАТАЛЬЯ ПАВЛОВА,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«10 ЛЕТ»

ДЛЯ НАСТОЯЩЕГО «КОММЕРСАНТА» 10 ЛЕТ — НЕ СРОК

Десять лет мы вместе с вами — ньюсмейкеры, эксперты, рекламода-тели, читатели — делаем уфимский выпуск «Коммерсанта».

Первые несколько лет это была только газета. Теперь — сайт, печат-ные и электронные приложения, спецпроекты, пресс-завтраки, дис-куссионные клубы, премии и вече-ринки, на которые мы так любим вас собирать.

Эти десять лет мы вместе с вами за-нимались очень важным делом: пер-сонифицировали региональный биз-нес, доказывали, что репутация име-ет значение. Вместе делали так, что-бы общество могло оценить дей-ствия власти и бизнеса, а бизнес и власть могли получить обратную связь от общества.

За это десятилетие произошло мно-гое: рождались и умирали издания, запускались и сворачивались бизне-сы, менялись главы республики... А мы — крепчали.

Потому что для настоящего
«Коммерсанта» 10 лет — не срок.

«И СЛАВА БОГУ, ЧТО „КОММЕРСАНТЪ“ УЖЕ „НЕ ТОТ“»

ПАВЕЛ ФИЛЕНКОВ — ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ИЗДАТЕЛЬСКОГО ДОМА
«КОММЕРСАНТЪ» В 2012–2014 ГОДАХ, РАБОТАЮЩИЙ В ИД С МОМЕНТА
ЕГО ОСНОВАНИЯ, РАССКАЗАЛ, КАК И ПОЧЕМУ ЗАПУСКАЛИСЬ РЕГИО-
НАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ «КОММЕРСАНТА» И ПОЧЕМУ, ДАЖЕ ЕСЛИ РЕДАК-
ЦИЯ БЫЛА НЕ ПРАВА, ЕЕ НАДО БЫЛО ОТСТОЯТЬ.

BUSINESS GUIDE: Павел Юрьевич, уфимскому «Коммерсанту» в этом году 10 лет, а вы в издательском доме с 1995 года. Какие чувства вы испытываете, когда говорят, что «Коммерсантъ» уже «не тот»?

Павел Филенков: Во-первых, конечно, «не тот». Но, может быть, и слава богу, что не тот. Времена меняются, и если бы вместе с ними не менялся «Коммерсантъ», он бы, наверное, уже просто умер.

Для меня, конечно, очень значимым и важным символом было здание ИД на Врубеля, это был «Дом». Я тогда (в декабре 2015 года бывшие и действующие сотрудники ИД проводили в историческом здании на Врубеля старый год. — Business Guide) не пошел на прощание: не хотел смотреть, как люди уходят из здания, которое было для меня и остальных сотрудников настоящим домом. Для меня это был один из самых щемящих моментов.

BG: Фишкой «Коммерсанта» с самого момента его создания был приоритет редакционной политики, редакционно-го контента над коммерцией. И в самые разные времена, даже в самые экономически тяжелые времена, этот в некотором смысле «библейский» принцип соблюдался и, я могу сказать за регионы, за наш регион — за Башкирию, продолжает соблюдаться. В этом смысле «Коммерсантъ» — все еще тот...

П.Ф.: Я бы мог рассказать много красивых историй о том, как важна независимость редакций, но лучше приведу такой пример. Володя Яковлев — человек, который придумал, основал и возглавил «Коммерсантъ», сам был прекрасным редактором, он шел от журналистики, несмотря на стремление к коммерческому успеху издания. Яковлев сумел сделать «прививку» сотрудникам издательского дома, сформировав иммунитет к любым попыткам вмешательства в редакционную деятельность. Этот иммунитет присутствовал у всех подразделений: и у административных, и у коммерческих. Мысль о том, что главреда можно заменить или заставить его что-то написать, казалась не просто недопустимой, а кощунственной. Если редакция была не права, ее надо было отстоять: мы могли сами ее «замочить», но не могли допустить, чтобы это сделали другие. Это, может, романтическое такое было представление, но это всегда срабатывало.

У нас работало инстинктивное чувство, которое не допускало даже раздумий на эту тему: кто важнее. В модели СМИ Яковлева всегда, конечно, главенствовала редакция и, наверное, в этом был его гений и «божественное» озарение.

Апофеозом стремления к независимости редакции было переселение всех административных подразделений в другое — арендованное — здание. Цель была одна: чтобы не было даже попыток воздействия «коммерции» на редакцию. Это уже потом появились коммерческие проекты, приложения, где была допустима определенная степень журналистского б...а — изящно написать джинусу и не сильно подставиться. В газете это не допускалось.

BG: Немногие федеральные издания сохранили региональную сеть, тем более если речь идет о бумаге, о печатном выпуске. Как думаете, почему уцелела эта сеть у «Коммерсанта»?

П.Ф.: Наверное, сработали подходы к формированию сети. «Коммерсантъ» всегда был наиболее тиражным изданием в своем секторе — среди деловых изданий. Многие его преимущества базировались на тираже — он обеспечивал статус, аудиторию, он был знаменем. Региональные представительства — это способ нести эти знамя. Когда ресурсы роста тиражей в Москве, Питере уже были выбра-



«РОМАНТИКА „ЯКОВЛЕВСКОГО“
„КОММЕРСАНТА“, БЕЗУСЛОВНО, ЖИВА И,
ДАСТ БОГ, ЕЩЕ БУДЕТ ЖИТЬ»

ны, а на завоевание каждой дополнительной тысячи читателей из Москвы тратилась, допустим, 1 тыс. руб., то в регионе на те же цели достаточно было потратить, допустим, 300 руб. Поэтому для нас такая направленность на регионы была чисто экономическим соображением. Мы делали это как бы даже не головой, а калькулятором. Абсолютно логическое решение.

Сначала это были филиалы ИД, потом возник механизм франшизы, который мы до определенного момента не рассматривали, чтобы сохранить как раз яковлевскую модель приоритета редакции над коммерцией. Потом мы поняли, что при франшизе тоже можно достичь баланса, и она оказалась очень эффективной для развития. Регионам она добавляла ту необходимую степень свободы, которая нужна была во взаимоотношениях с региональными партнерами. Этот механизм доказал свою живучесть, тем более, что некоторые наши филиалы позже превращались во франшизы.

BG: Вы помните, как запускался уфимский проект «Коммерсанта» в 2010 году?

П.Ф.: Ну да. Здесь выход газеты был результатом обоюдного желания ИД и местного партнера. Уфа, Башкирия, безусловно, очень интересный регион и нам тут всегда хотелось быть. Но мы никогда не открывались в регионах или в других странах, если на месте не было встречного желания запустить «Коммерсантъ». Никогда не открывались, если было обеспечено или прогнозировалось излишнее внимание к проекту со стороны власти. Характерный пример — Казахстан или Узбекистан, где мы много раз пытались открыться, но было настолько пристальное внимание, чуть ли не редактора пытались назначить. Ну, мы так и не смогли там запуститься.

А в Уфе все счастливо совпало: был готов региональный партнер, было интересно нам. Думаю, что и факт наличия «Коммерсанта» в соседней Казани подстегивал к тому, что «Коммерсантъ» появился в Уфе.

И так как уфимский «Коммерсантъ» запустился относительно поздно, позже остальных крупных регионов, то это получился поздний любимый ребенок.

BG: Вы встречались, обсуждали запуск газеты (на тот момент сайт «Коммерсанта» полностью копировал печатный выпуск) с властями Башкирии тогда, в 2010 году? Тогда республикой руководил первый президент Муртаза Рахимов, мягко говоря, не очень любивший «Коммерсантъ».

П.Ф.: Нет, в 2010 году мы не встречались. Встречались в 2005-м, когда начинали печатать «Коммерсантъ» в Уфе. Без его решения, конечно, тогда в республике никакие решения не принимались. В 2014 году мы встречались с Хамитовым (Рустэм Хамитов, глава республики в 2010–2018 годах. — BG) в год, когда в Уфе проходила фотовыставка «Коммерсанта» («Коммерсантъ. Свободная камера» проходила в Уфе в марте 2014 года. — BG). Мы долго и душевно разговаривали. Он обозначил полное отсутствие какого-либо несогласия с позицией нашего издания. То есть это было уже спустя четыре года работы региональной редакции.

BG: Брендом ИД «Коммерсантъ» всегда была «газета Коммерсантъ». Сейчас все чаще пишут «издание». Вам не жаль того старого доброго названия?

П.Ф.: Наверное, да. Если раньше «Коммерсантъ» ассоциировался с газетой, то сегодня вектор усилий, интересов очень сильно перенесся в интернет. И мне, безусловно, приятно, когда я захожу в топ новостей «Яндекса» и вижу, что из пяти новостей две, три или четыре — это новости «Коммерсанта». Это — возвращаясь к тому, с чего мы начали, подтверждает, что «Коммерсантъ», слава Богу, уже «не тот». С положительным знаком. Хотя мы не первыми среди наших коллег начали активное развитие в интернете, но мы в нужное время сделали этот большой шаг, и это, наверное, личная заслуга Демьяна Кудрявцева (возглавлял ИД «Коммерсантъ» в 2006–2012 годах. — BG), который очень тащил в эту сторону и придал большой импульс этому направлению. В данном случае многое, если не все, получилось хорошо. И когда появится что-то новое в постинтернетную эпоху, есть надежда, что «Коммерсантъ» еще раз станет «не тем».

BG: Мне кажется, что региональные редакции «Коммерсанта» — не в обиду московским коллегам — сейчас и есть хранители ценностей «того самого» «Коммерсанта». Как вы думаете?

П.Ф.: Меня это не удивляет, ведь центр всегда больше и быстрее подвержен различным влияниям, а в регионах, может быть, дольше можно сохранить романтические чувства. Хорошо это или плохо, я не знаю. Мне как носителю той идеологии это больше нравится. Кто-то, может, наоборот, считает, что регионы все тянут назад. Не знаю. Но романтика «яковлевского» «Коммерсанта», безусловно, жива и, даст Бог, еще будет жить. ■

ПОДГОТОВИЛА НАТАЛЬЯ ПАВЛОВА, ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР
«Ъ-БАШКОРТОСТАН» С 2010 ГОДА

«МЫ НИКОГДА
НЕ ОТКРЫВАЛИСЬ В РЕГИОНАХ,
ЕСЛИ БЫЛО ОБЕСПЕЧЕНО ИЛИ
ПРОГНОЗИРОВАЛОСЬ
ИЗЛИШНЕЕ ВНИМАНИЕ
К ПРОЕКТУ СО СТОРОНЫ
ВЛАСТИ»

«„КОММЕРСАНТЪ“ ЗАПУСКАЛСЯ, КОГДА НУЖЕН БЫЛ МЕДИЙНЫЙ ТРЕТЕЙСКИЙ СУД»

РОСТИСЛАВ МУРЗАГУЛОВ, ПРЕДСЕДАТЕЛЬ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО МЕДИЙНОГО ХОЛДИНГА «БАШИНФОРМ», КУРАТОР ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ АДМИНИСТРАЦИИ ГЛАВЫ БАШКИРИИ, БЫЛ ГЛАВНЫМ ИНИЦИАТОРОМ ЗАПУСКА В УФЕ ГАЗЕТЫ «КОММЕРСАНТЪ» ЕЩЕ В 2005 ГОДУ. ОН РАССКАЗЫВАЕТ, КАК И ЗАЧЕМ ЭТО ДЕЛАЛОСЬ.

BUSINESS GUIDE: Идея запуска «Коммерсанта» в Уфе принадлежала в 2010 году, насколько я знаю, лично тебе. Я это знаю от людей, предложивших мне стать главным редактором, но с тобой мы об этом никогда не говорили. Давай вспомним, как и почему родилась эта идея.

Ростислав Мурзагулов: Я на самом деле считаю годом запуска «Коммерсанта» в Уфе не 2010 год, когда появилась местная редакция, а 2005 год, когда я еще возглавлял управление пресс-службы и информации администрации первого президента республики (Муртазы Рахимова. — Business Guide). Поэтому я в отличие от вас в этом году отмечаю не 10-летие «Коммерсанта», а 15-летие. Для меня отсчет присутствия «Коммерсанта» в регионе начался гораздо раньше — с выставки «Первополосные кадры», которую мы провели тогда с комдиром «Коммерсанта» Пашей Филенковым, с которым мы быстро нашли общий язык, уничтожив как-то в Уфе за ночь все запасы напитков с запахом торфа, и, конечно же, с собкором „Ъ“ Гульчачак Ханнановой, и тогда же начали печатать «Коммерсантъ» здесь, в Уфе.

BG: А до этого он печатался в Казани...

Р.М.: Да, до этого газета печаталась в Казани, где работал филиал ИД «Коммерсантъ». В Уфу она приезжала через сутки, и это уже было никому не интересно. Тем более, что все, что касалось Башкирии в казанском выпуске, как нам тогда казалось, было изложено в их, казанском, преломлении.

BG: А как вообще удалось перевести печать „Ъ“ в Уфу в то время? Муртазу Рахимова трудно было заподозрить в любви к федеральным изданиям, в особенности к «Коммерсанту», а без его согласия в Уфе невозможно было ничего печатать. Если кому-то из кураторов СМИ в его администрации не нравилась заметка в газете, могли просто остановить печать конкретного номера в типографии, и газета не выходила.

Р.М.: Не сказать, чтобы он (Рахимов. — BG) с восторгом воспринял эту идею, так как достаточно настороженно относился к информации в изданиях, которая расходилась, скажем так, с его собственными представлениями о красном. Но после тяжелой избирательной кампании 2003 года, когда у нас был дефицит объективности, никто никому уже не верил, нам важно было иметь некий эквивалент правды о республике, где были бы представлены обе стороны. По примеру эквивалента килограмма, который хранится в Международном бюро мер и весов во Франции. Поэтому мы доложили о нашей идее президенту, и он нас услышал. Нужно признать, что он признавал, что разбирается в чем-то хуже своих сотрудников, потому принял решение, которое ему самому не нравилось. Правда, потом фразу «Закройте немедленно этот „Коммерсантъ“!» мы слышали, наверное, еще раз сто.

BG: Почему все-таки «Коммерсантъ», а не какое-то другое издание? У тех же «Известий» тогда была региональная сеть.

«В 2010 ГОДУ УЖЕ НИКОГО НЕ НАДО БЫЛО УБЕЖДАТЬ В ТОМ, ЧТО „КОММЕРСАНТЪ“ — ЭТО БРЕНД, КОТОРЫЙ ДАЕТ ВЕС ЕГО ИЗДАТЕЛЮ»



АНДРЕЙ НАЗАРОВ

«В ОПРЕДЕЛЕННОЙ СТЕПЕНИ „КОММЕРСАНТЪ“ ВЫПОЛНЯЛ РОЛЬ „БОЛЬШОГО БРАТА“, КОТОРЫЙ ЗА ВСЕМИ СЛЕДИТ»

Р.М.: «Коммерсантъ» на тот момент был брендом, который гарантировал объективность. Нам надо было, чтобы был кто-то над схваткой — не правые и не левые. Чтобы любой конфликт был освещен объективно, с двумя мнениями. И мы знали, понимали, что «Коммерсантъ» не будет заходить за какие-то флажки. Словом, нужен был ориентир, чтобы элиты вели себя здраво и не делали каких-то вещей, которые потом могли прочесть о себе в «Коммерсанте». А если о них напишет «Коммерсантъ», это будет для них плохим сигналом. В определенной степени «Коммерсантъ» выполнял роль «Большого брата», который за всеми следит.

BG: Но речь о региональной редакции тогда не шла, верно?

Р.М.: Конечно, мы запускали печать «Коммерсанта» в Уфе с прицелом на региональную редакцию. Но мы понимали, что это деньги, зарплаты: их надо было откуда-то брать. Оставался собственно один шаг, но всякий раз никто не соглашался быть инвестором: никого из тех, у кого были деньги, мы не могли уговорить, потому что они не понимали, для чего им это нужно. С точки зрения кадров готовность была: тогда на ИД в регионе работали уже два собкора — кроме Гульчачак Ханнановой еще Ильшат Гайнуллин — и теоретически можно было спокойно начинать делать ежедневную полосу. Но в итоге этот шаг тогда сделан не был, потому что в известных драматических обстоятельствах в 2008 году и Радио Хабирову (на тот момент руководителю администрации Муртазы Рахимова. — BG), и мне пришлось переехать в Москву (в результате конфликта с Рахимовым и его командой. — BG). В итоге инвестор для регионального выпуска был найден уже только в 2010 году.

BG: В 2000-х «Коммерсантъ» давал потрясающие эксклюзивы о сделках по приватизации башкирского ТЭК в пользу сына президента — Урала Рахимова. В этом было твое участие?

Р.М.: По ТЭКу я особенно не лез: за это можно было и по голове получить. Но, наверное, глупо скрывать, что во многом именно благодаря журналистам «Коммерсанта» и их московским коллегам из «Ведомостей», «Газеты ру», информагентств мы остались на свободе. «Коммерсантъ» тогда был очень важным игроком. Как тогда сказал один из важнейших фигурантов этой истории (Муртаза

Рахимов. — BG): «Вот считаешь о себе „в заде“ (на последней странице, где выходил региональный выпуск. — BG) „Коммерсанта“...». Он же не один такой, кто начинал тогда день с прочтения газеты с последней полосы «Коммерсанта»: почти все великие люди так делали. И они все понимали, что если там вскрыли какую-то историю, то она стала достоянием гласности, значит, об этом знают кому надо не только в Башкирии, но и Москве. Безусловно, эту функцию выполняли и другие газеты, но, так как они были не столь ориентированы на глобальные бизнес-процессы, завязанные на политике, а «Коммерсантъ» был жестко ориентирован условно на тысячу человек, принимающих решение, эффект от них был совершенно другой.

BG: Почему в 2010 году идея запуска региональной редакции была резанимирована?

Р.М.: Тогда — я еще, кажется, в Москве работал — было понятно, что в регионе обостряется борьба за политические, экономические ресурсы. У нас была идея в этот период создать цивилизованные правила игры и, кстати, «Коммерсантъ» сыграл в тот момент (при смене региональной власти в 2010 году. — BG) большую роль. Может, тогда некоторые люди сделали бы больше гадостей, если бы не боялись, что об этом напишут в «Коммерсанте».

И, конечно, условия для запуска в 2010 году были совсем другие. Уже никого не надо было, по большому счету, убеждать в том, что «Коммерсантъ» — это бренд, который дает вес его издателю. Нашелся первый инвестор (нынешний первый вице-премьер Андрей Назаров, на тот момент депутат Госдумы. — BG). Я сразу всем объяснял, что с «Коммерсантом» не будет такого: напиши так, напиши сяк, потому что «Коммерсантъ» так не работает. И первый инвестор был ориентирован на это. Второй инвестор (предприниматель Альберт Мухамедьяров. — BG), наверное, тоже это понимал, но, может быть, надеялся, что может как-то повлиять (на редакцию. — BG). Третий (инвестор, предприниматель Игорь Стрижнев. — BG) — он же, кстати говоря, был первым, кому я предлагал с самого начала (заняться этим проектом. — BG) — уже к тому моменту понимал, почему, ради чего...

Сейчас, кстати говоря, ту роль, которую в то время выполнял «Коммерсантъ», выполняют соцсети. Правда, это пока какой-то вихрь, который заносит то вправо, то влево. А «Коммерсантъ» все равно остается тем, кто стоит посередине, хотя, конечно, многое уже не так, как раньше. В соцсетях сейчас столько эксклюзива, что уровень влияния так называемых традиционных медиа, к которым относятся СМИ, нравится тебе это или нет, не тот.

BG: И до, и после запуска «Коммерсанта» в республике плохо приживались деловые СМИ. В пику «Коммерсанту» во времена главы региона Рустэма Хамитова запускался РБК, который, по счастью, жив, правда, уже с другим инвестором. Бывший президент Торгово-промышленной палаты республики Азат Фазлыев пытался запустить местный деловой портал, который вскоре приказал долго жить. Как ты думаешь, почему в отличие от других регионов, той же Казани, Екатеринбурга, у деловой прессы в Башкирии все так нелегко складывается?

Р.М.: Республика долгое время была однополярной, с одним центром принятия решений — «Белый дом». Деловые СМИ не нужны, когда однополярная ситуация. Они нужны, когда появляется у бизнеса спрос на информацию о том, как можно, а как нельзя, когда нужны ориентиры. Республика наша до сих пор очень консервативная, а я своей ролью всегда видел сделать ее менее консервативной, хотя много ошибался и получал, конечно, много отравленных стрел в свой адрес. Но все равно моя позиция, что деловых изданий должно быть много.

«Коммерсантъ» — это такой Третейский суд в мире бизнеса, и таких судей может быть несколько. Потому что когда есть суды, тем более независимые, тогда люди начинают действовать с оглядкой друг на друга, на общественное мнение. На то, как говорится, и щука, чтобы карась не дремал.

BG: Когда мы начинали, у нас 90% комментариев, в том числе экспертных, были анонимными. За эти годы, конечно, сформировался хороший пул экспертов, и разница между тем, что было и что теперь, существенная. Но не могу сказать, чтобы медийная ориентация, репутация у бизнеса в Башкирии и сейчас в приоритете.

Р.М.: Тут, наверное, скажу совсем крамольную фразу: в республике бизнес всегда был на порядок слабее власти, и слабость эта выражалась в том, что они были созависимы. Где была власть, там был и бизнес. А когда ты все решаешь не на уровне PR, а на уровне GR, то внимание СМИ теперь совсем не нужно. Ситуация, конечно, поменялась. Допустим, в последние дни мы увидели, как ситуация с Куштау (гора-шихан, вокруг судьбы которой возникла масштабная общественная активность. — BG) разрешалась на уровне пиара. Поэтому, может быть, мы вступаем в новый, интересный период, когда значение пиара возрастет. Я этому факту буду рад. Потому что это будет означать более горизонтальное управление, большую власть общества.

По той же ситуации с Башкирской содовой компанией мы видим, чего стоят недоработки в работе над репутацией. В такие моменты репутация компании, ее владельцев выходит на первый план.

Открытость владельца бизнеса, конечно, дает ему дополнительное влияние. Если ты активен в соцсетях, в медиа, участвуешь в мероприятиях, открыт людям, у тебя репутация на порядок лучше, чем у того, кто все это игнорирует и остается с репутацией бывшего рейдера или бандита.

BG: Ты сам, кстати, как относишься к тому, что новые медиа в Башкирии запускались в основном с политической, а не с коммерческой целью?

Р.М.: Я думаю, эта практика вообще скоро себя изживет, так как все больше влияния приобретают не бренды, а люди, которые их представляют. Например, человек, с которым я сейчас говорю, может совершенно спокойно расстаться с «Коммерсантом» и делать свой, допустим, Youtube-канал, делать какой-то обзор событий по современным медиастандартам и оставаться влиятельным, как это делают Пивоваров (Алексей Пивоваров, журналист, продюсер, блогер. — BG) или Собчак (Ксения Собчак, журналист, телеведущая, блогер. — BG). Этот тренд, основанный на коммуникационном капитале, будет нарастать. На каком-то количестве этот процесс, конечно, остановится, потому что не может быть сто процентов влиятельных людей. ■

ПОДГОТОВИЛА НАТАЛЬЯ ПАВЛОВА, ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР «Ъ-БАШКОРТОСТАН» С 2010 ГОДА

Безопасный способ приобретения жилья

В настоящий момент времени потребность в жилье на всей территории России полностью не удовлетворена — многие семьи нуждаются в улучшении жилищных условий. Тем временем за последние годы фактический уровень доходов большей части граждан идет на спад, и на первый план у многих семей по-прежнему встает вопрос безопасного способа приобретения жилья. Участие в долевом строительстве для некоторых из них стало настоящей трагедией: нередко застройщики действовали по принципу финансовой пирамиды, разорялись, а количество недостроенных домов только росло. Именно эта проблема в настоящее время является одной из самых актуальных в строительной отрасли России.

Новые правила покупки недвижимости по договору долевого строительства, вступившие в силу во втором полугодии 2019 года, позволяют раз и навсегда защитить покупателей жилья от обмана. Согласно им, все застройщики переводят свои объекты с готовностью менее 30% на продажи с применением счетов эскроу и при необходимости — с привлечением кредитных средств по проектному финансированию.

По новым правилам деньги участников долевого строительства не поступают напрямую застройщику, а хранятся в банке на специальном счете эскроу — до момента выполнения застройщиком условия договора, которое находится под наблюдением банка. В процессе задействуются исключительно надежные финансовые учреждения, соответствующие условиям и требованиям правительства РФ. С перечнем банков можно ознакомиться на сайте Банка России. Данный механизм призван наиболее полно обеспечивать безопасность вложений населения в жилое строительство.

— Проектное финансирование преследует две цели: во-первых, сделать покупку безопасной, а, во-вторых, обеспечить непрерывное строительство за счет привлечения средств банка таким образом, чтобы застройщик как можно меньше зависел от привлекаемых денег дольщиков. Основной плюс данного инструмента для покупателя жилья — это декларируемая защищенность клиента, при которой он избежит участи дольщика — долгостроя. Многие покупатели новостроек давно знакомы с понятиями «эскроу-счет», «проектное финансирование», для них это знак надежности объекта,— отмечает генеральный директор сети агентств недвижимости «Эксперт» Елена Андреева.

Среди очевидных преимуществ покупки недвижимости с помощью счета эскроу можно выделить абсолютную безопасность и надежность сделки при покупке квартиры для обеих сторон, минимальную вероятность контакта с мошенниками, прозрачность и контроль финансовых поступлений, страхование

финансов на счетах, возможность перевести нужную сумму на счет безналичным платежом, а также экономичность. Счет эскроу, как правило, обходится дешевле, чем альтернативные варианты — аккредитив или банковская ячейка.

«С использованием счетов эскроу в стране возводится уже более 37 млн кв. м жилья, что составляет почти 38% от общего объема строительства. Для Банка ДОМ.РФ проектное финансирование — одно из ключевых направлений деятельности. Мы занимаем второе место в России по количеству кредитуемых проектов жилищного строительства, которые реализуются с использованием счетов эскроу. Механизм проектного финансирования обеспечивает сохранность средств граждан и защиту интересов дольщиков, поскольку деньги покупателей квартир перечисляются на специальные банковские счета и передаются девелоперам только после сдачи домов», — комментирует вице-президент Банка ДОМ.РФ Анна Авдокушина.

Несмотря на введение новых правил покупки недвижимости, большая часть проектов в Башкортостане достраивается «по старинке» — и лишь чуть больше трети проектов продаются с использованием эскроу-счетов.

— Отрасль строительства сейчас находится в переходном периоде. Для того чтобы завершить все объекты, возводящиеся по старым правилам, девелоперам потребуется еще 2–3 года. Но на сегодняшний день в Уфе уже есть

проекты, недвижимость в которых продается с использованием счетов эскроу. Например, среди наших объектов — это жилой комплекс нового поколения Grand&Grand. Главное преимущество для покупателей — безопасность. Ведь покупка недвижимости в ЖК, строящемся по программе проектного финансирования, дает гарантию получения квартиры или возврат инвестированных средств, государство автоматически страхует суммы до 10 млн руб., — отметили в пресс-службе ГК «Первый Трест».

Одним из наиболее значимых преимуществ является действие страховой защиты Фонда страхования вкладов на средства, размещенные гражданами на счетах эскроу в сумме не более 10 млн руб. Средства страхуются в период со дня их размещения на счете эскроу до ввода в эксплуатацию многоквартирного дома и регистрации права собственности на первый объект долевого строительства, входящего в состав этого дома, или истечения срока депонирования.

Схема проектного финансирования давно используется в ряде европейских стран и доказала свою эффективность. Благодаря ее использованию произойдет снижение рисков для покупателя, что поможет решить проблему обманутых дольщиков и будет способствовать повышению спроса.

Застройщик ООО СЗ «Небо столицы»,
проектная декларация на сайте наш.дом.рф



grand&grand
ДОМА ДЛЯ ЖИЗНИ

Премьера года!

1trest.ru **222-0-111**



Первый Трест
ГРУППА
КОМПАНИЙ



На «Огнях Уфы»

ООО Специализированный застройщик
«Небо Столицы». Проектная декларация:
наш.дом.рф. Код города Уфа — 347.
На правах рекламы.



**ФИНАНСИРОВАНИЕ
СТРОИТЕЛЬСТВА**

АО «Банк ДОМ.РФ»

«Башспирт»: открытая история

Полтора года назад АО «Башспирт» объявило о старте новой стратегии развития. 2019 год стал для компании переломным: новая управленческая команда разработала новую философию, «переделала» продукцию и открыла новые рынки сбыта. Обновление коснулось практически всех сфер деятельности «Башспирта», в том числе и собственной розничной сети, которая была перезапущена под новым брендом «Тантана». Сегодня предприятие подводит итоги напряженной работы.

ГЛАВНОЕ — В ЦИФРАХ

Стратегия развития, нацеленная на максимальное использование конкурентных преимуществ, открыла перед «Башспиртом» новые перспективы. Главные ценности компании были сформулированы так: честность, открытость, современность и высокое качество. Следуя принципу открытости, АО начало публиковать подробные сведения о состоянии дел.

В 2019 году «Башспирт» реализовал 4,1 млн дал продукции (+4% к уровню 2018 года) и вошел в топ-6 крупнейших производителей алкоголя в России. В рейтинге налогоплательщиков Башкирии компания занимает второе место: ежегодно компания перечисляет в бюджеты разных уровней более 10 млрд руб., при этом только за первое полугодие 2020 года она выполнила обязательства по налоговым и акцизным платежам на сумму около 4,9 млрд руб.

Значительно расширилась география поставок: на сегодняшний день напитки, выпущенные на заводах «Башспирта», можно приобрести более чем в 40 регионах страны, а также в ряде зарубежных стран. В первом полугодии 2020 года продукция АО «Башспирт» появилась в Магаданской и Ульяновской областях, республиках Бурятия и Крым.

Активно развивается экспортное направление — соответствующий отдел в структуре компании также был создан в рамках новой стратегии развития. Кстати, уже не первое десятилетие напитки «Башспирта» становятся узнаваемыми за рубежом и даже снимаются в кино. Внимательные зрители могли увидеть водку компании, например, в фильме «Рейд» и в одной из картин о приключениях Индианы Джонса. Отметим, что героем эпизодов стал бренд The Javel of Russia.

По данным организации, экспорт продукции за последний год вырос на 176%: в частности, компания перезаключила выгодный контракт с покупателями из США, наладила поставки в Болгарию, Армению, Казахстан и Украину, достигла договоренностей о поставках в Молдавию и Индию. Продолжается согласование контрактов с австрийскими, словацкими, китайскими, монгольскими и турецкими предпринимателями, а также с катарскими партнерами, которые заинтересовались приобретением натурального уксуса «Башспирт».

Еще одно направление работы АО «Башспирт» — это лицензионный розлив продукции под федеральными брендами. В портфеле лицензионного производства компании — несколько крупных партнеров, по заказу которых компания выпускает до двух млн дал продукции в год.

Расширение географии поставок потребовало от производителя иного подхода к логистике. В конце 2019 года АО «Башспирт» запустил новый, одиннадцатый по счету, распределительный центр класса А в уфимском микрорайоне Шакша. Площадь комплекса — восемь тыс. кв. м, вместимость — до 280 тыс. дал. Важно отметить, что поблизости от новой площадки расположены склады стратегических партнеров предприятия, крупных ритейлеров «Красное&Белое», Х5 и «Монетка»: таким образом, путь продукции до прилавка значительно сократился. Кроме того, открытие нового распределительного центра позволило «Башспирту» увеличить складские площади на 145%, разместить необходимый запас быстрооборачиваемого ассортимента и равномерно разделить нагрузку. Старые складские пло-

щадки в Сибире и Нефтекамске были признаны нерентабельными и закрыты.

По итогам работы в 2019 году АО «Башспирт» стало победителем ежегодного республиканского конкурса «Лучшая организация условий и охраны труда» в категории «Производство пищевых продуктов». Главными критериями оценки стали отсутствие несчастных случаев со смертельным исходом и улучшение условий работы. В самой компании отмечают, что охрана труда — один из важнейших аспектов работы предприятия: «Башспирт» систематически обучает своих сотрудников правилам безопасности и поощряет тех, кто не допускает нарушений, проводит своевременную профилактику технического оборудования и организует мероприятия, направленные на улучшение условий труда. «Приходя сегодня на работу в офис или на завод, мы уверены, что наше рабочее место абсолютно безопасно», — отмечают в «Башспирте».

В АТМОСФЕРЕ «ТАНТАНЫ»

Вместе с обновлением корпоративной философии «Башспирт» начал масштабный ребрендинг одноименной розничной сети из 170 магазинов, расположенных по всей территории республики. Алкомаркеты получили новое имя «Тантана», что в переводе с башкирского означает «торжество». Таким образом компания подчеркнула свои корни, традиции национального гостеприимства и многолетние традиции производства качественной продукции. Новый слоган сети «Все для застолья» подчеркивает атмосферу праздника и веселья, без которых не обходится ни одно приятное событие.

Под новой торговой маркой розничной сети «Башспирт» стал партнером многих крупных мероприятий, состоявшихся в Уфе в прошлом году. В их числе — народный праздник «Тантана», премии ИД «Коммерсантъ-Уфа» в стиле сурового закона, церемония награждения СМИ «Бал прессы», форума «Digital Курултай» и многих

других событий. Отдельно стоит отметить уникальную экологическую акцию «Булгаковский лес»: известные жители республики и журналисты региональных СМИ посадили около 700 хвойных и лиственных деревьев семи видов по линиям, выстроенным в стилизованное изображение одного из символов Башкирии — цветка курая, который сегодня встречает каждого, кто прибывает в Уфу на самолете. Проект был отмечен специальным призом премии «Серебряный лучник».

Первые магазины под вывеской «Тантана» открылись в столице республики год назад, в августе 2019 года. Флагманский алкомаркет сети, начавший работу незадолго до Нового года, расположился в историческом центре Уфы — на пересечении улиц Кирова и Ленина, в здании восстановленного особняка купцов Бушмариных. Опыт оказался крайне успешным: уже в первые месяцы «Тантана» показала прирост посетителей на 10%, средний чек при этом увеличился на 12%.

На сегодняшний день «Тантана» объединяет 22 магазина в Уфе, в городах и районах республики. Проект обновления продолжается: в перспективе компания планирует обновить сеть полностью. Кроме того, АО рассматривает возможность открытия магазинов сети за пределами родной Башкирии: на данный момент в числе вероятных регионов присутствия — Москва, Подмосковье и Санкт-Петербург.

БРЕНДЫ В НОВОЙ УПАКОВКЕ

Новый слоган, под которым сегодня выпускается продукция предприятия, — «Чистая. Честная. Натуральная». Как отмечал в одном из интервью генеральный директор организации Рауф Нугуманов, философия бренда означает, что «Башспирт» сегодня — это компания, выпускающая биологически чистую продукцию и использующая в своем производстве только натуральное сырье: воду из горного источника, растительные ингредиенты из экологически чистых районов Башкирии и знаменитый башкирский мед.

Ребрендинг коснулся и продукции «Башспирта»: новый дизайн получили 32 бренда, большинство из которых уже хорошо знакомы потребителям — «Белая крепость», «Пшеничная» и ряд других марок.

В поддержку новой линейки «Башспирт» разработал серию постеров, которые сегодня украшают интерьеры лучших заведений Уфы. Автором работ стал известный график, член международного союза художников, участник множества всероссийских и международных выставок Евгений Тонконогий. Интересно, что каждый постер был отпечатан ограниченным тиражом на галерейной бумаге архивными чернилами. Каждый экземпляр имеет свой уникальный номер и подписан автором. По словам художника, постеры разработаны в стилистике мировых брендов XX века: «Я старался максимально точно передать в них атмосферу “золотого века” индустрии. Каждая иллюстрация несет в себе не только эстетическую, но и смысловую нагрузку», — отметил художник.

Разрабатывая новые этикетки, дизайнеры уделили особое внимание продукции в сегменте премиум, желая подчеркнуть тесную связь брендов с Башкирией и ее богатой историей. Так, Les Amours du Nord отдает дань памяти легендарным башкирским всадникам, участникам Отечественной войны 1812 года. Легенда гласит, что французы прозвали их «Северными амурами» за бесстрашие и уникальное боевое мастерство:



ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКО



мальчики обучались древнему искусству стрельбы из лука с раннего возраста, достигая непревзойденной меткости к своему совершеннолетию. Это посвящение можно увидеть и на самой упаковке, которая украшена стилизованными изображениями всадника, скрещенных стрел и щита с башкирским орнаментом.

«Башспирт» обновил и линейку бальзамов, представленных в товарной группе «Башкирский презент». Теперь все семейство этих напитков, созданных на основе уникальных рецептов и названных в честь природных достопримечательностей республики, оформлено в едином лаконичном стиле. Кроме того, напитки получили подарочную упаковку: такие сувениры не только являются отличным презентом из Башкирии, но и пользуются высоким спросом в торговых сетях далеко за пределами республики.

Новое лицо получил бренд «Дикий мед», история которого началась 20 лет назад с создания рецепта с добавлением знаменитого меда дикой пчелы-бурзянки. Такой мед добывают только традиционным бортевым методом, и башкирский заповедник Шульган-Таш — единственное место в мире, где сохранился этот промысел. Сам бортевой мед отличается своими уникальными целебными и вкусовыми качествами и высоко ценится во всем мире.

За годы производства бренд «Дикий мед» уже трижды менял упаковку, но в 2019 году технологи изменили к лучшему и его рецепт, исключив из него сахарный сироп, но оставив неизменные натуральные ингредиенты. Новая упаковка «Дикого меда» отличается деревянной пробкой и узором в виде пчелиных сот, подчеркивая природное происхождение и натуральность. Ожидается, что благородный напиток будет представлять Башкортостан на федеральном уровне в сегменте суперпремиум.

Отметим, что стилистика «Дикого меда» была использована «Башспиртом» в оформлении стенда на международной выставке «Продэкспо». «Наш стенд значительно выделялся среди остальных, мы решили уйти от привычного брендбука, в дизайне использовали натуральное дерево, тем самым хотели подчеркнуть экологичность нашей продукции», — говорит начальник управления по развитию АО «Башспирт» Эрнест Зарипов. — Центром композиции стал наш флагманский бренд «Дикий мед» в уникальном новом дизайне, мгновенно завоевавший симпатию посетителей выставки. В целом все марки, прошедшие ребрендинг с новой командой «Башспирта», получили положительную оценку».

В конкурсной программе «Продэкспо» продукция башкирского производителя удостоилась пяти золотых медалей — победителями были признаны бренды «Белая крепость» и «Белая крепость особа», «Дикий мед премиум», «Казенный склад» и «Белый чай». Второе место

получили марки «Белебеевская люкс» и «Честная для особого повода». Один из лидеров продаж — бренд «Пшеничная» — получил гран-при дегустационного конкурса.

Среди продукции, представленной на выставке, а сегодня доступной и покупателям розничных сетей, стоит отметить несколько новинок. В их числе — серия напитков Amour du Nord с натуральным вкусом северных ягод, десертный ликер «Охотничьи просторы», купаж которого был создан из 52 натуральных компонентов — трав, ягод, специй, фруктов и меда. Также АО «Башспирт» приступил к выпуску продукции под брендом «Путинка Вездеход» — отличительной особенностью этикетки является нанесенные на нее флаги России и Башкортостана.

Масштабный ребрендинг «Башспирта», затронувший практически все сферы деятельности компании, был отмечен премией PR сообщества Уфы в конце июля 2020 года. Организаторы профессиональной премии отметили не только новый облик продукции и фирменной сети компании, но и целый ряд мероприятий, о которых мы упоминали выше: это и народный праздник «Тантана», и акция «Булгаковский лес», и даже вечер в стиле сухого закона.

«Насколько мы успешны в нашей работе для потребителя, мы понимаем по тому, как он голосует рублем: девять бутылок из десяти продаваемых в Башкирии — это продукция „Башспирта“». Но особенно приятно получить премию профессионального сообщества — это значит, что именно наши коллеги, знающие не понаслышке, насколько непросто труд пиарщика, работающего в отрасли с максимальным количеством ограничений, высоко оценивают проекты, над которыми мы трудились в течение года», — говорит заместитель генерального директора по

корпоративным вопросам АО «Башспирт» Евгения Минибаяева.

Представители компании вручили и свою награду в номинации «Республика года» за личный вклад в продвижение республики в России и мире. Обладателем премии от «Башспирта» стал известный художник-карикатурист Камил Бузыкаев.

Ребрендинг в компании продолжается, на старте большая работа по внедрению нового современного визуального исполнения корпоративного знака «Башспирт».

НОВЫЕ КОНВЕЙЕРЫ

Рост спроса, расширение рынков сбыта, оптимизация бизнес-процессов — все это заставило «Башспирт» начать строительство нового спиртзавода в поселке Булгаково под Уфой. Проектная мощность предприятия — 7,6 млн дал в год, что сравнимо с суммарной мощностью всех производственных площадок компании. Конечная стоимость всего проекта — 2,7 млрд руб., запуск завода позволит создать порядка 400 рабочих мест.

Отметим, что «Башспирт» первым в России начал массовый выпуск продукции на спирте «Альфа» — он отличается максимально строгими требованиями по содержанию метанола (стандарт допускает лишь до 0,001%) и относится к спиртам наивысшего качества. Сегодня такой спирт выпускается на собственном заводе в Стерлитамаке, при этом в качестве сырья компания принципиально использует только рожь.

Ранее АО «Башспирт» отказалось от сотрудничества с прежней подрядной организацией — ООО «Фирма СУ-10» — из-за срыва сроков строительства булгаковского спиртзавода. В качестве нового генподрядчика выбрана ком-

пания «Строительная фирма — 15 БНЗС», в настоящее время строители возводят вторую очередь завода.

На новой производственной площадке разместятся производственный и административный корпуса, спиртохранилище, распределительный центр, а также склад посуды, котельная и ремонтный цех. Конвейер будет включать в себя шесть современных итальянских линий, способных каждый час выпускать от 6 до 12 тыс. бутылок.

По словам генерального директора компании Рауфа Нугуманова, объединение всех производственных площадок в одном месте позволит сократить расходы на логистику, тем самым уменьшив себестоимость продукции.

При этом компания рассматривает возможность реорганизации существующих заводов: одним из перспективных направлений может стать запуск в 2021 году пивзавода на базе одного из предприятий или строительство нового цеха.

В настоящий момент проходит предпроектная проработка проекта. Ориентировочная мощность завода — три млн дал в год. На сегодняшний день специалисты «Башспирта» прорабатывают несколько возможных вариантов размещения пивзавода, в том числе на существующей площадке в Бирске. Разосланы запросы и рассматриваются предложения от российских и зарубежных поставщиков оборудования. Техно-экономическое обоснование планируется завершить уже к концу лета, после чего специалисты приступят к проектированию будущего завода. Вполне вероятно, что уже в ближайшем будущем компания представит жителям республики и пенную продукцию — впервые за более чем столетнюю историю своего существования.



ГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ

ПРЯМАЯ РЕЧЬ ЧТО ДЛЯ ВАС ЗНАЧАТ ДЕЛОВЫЕ СМИ — ТАКИЕ, КАК «КОММЕРСАНТЬ»:

Муртаза Рахимов, первый президент Башкирии, председатель совета благотворительного фонда «Урал»:

— Ваше издание я считаю источником оперативной информации, который старається излагать только факты, без навязывания собственного мнения. Это ценно. Но считаю, не всегда удается. Важно, чтобы «Коммерсантъ» не становился инструментом политической игры и не зависел от политических амбиций. Я бы посоветовал редакции все-таки больше любить людей, свою республику и страну.

Гульчачак Ханнанова, собственный корреспондент «Коммерсанта» в Башкирии в 1990-2010 годах:

— Для меня «Коммерсантъ» — это вся сознательная жизнь. Я начала сотрудничать с его командой, когда она раскручивала самый первый свой «продукт» — информационное агентство Postfactum. Позже, помню, чуть не под покровом ночи московские коллеги привезли меня как-то в скромный офис в Москве, кажется, где-то на Павелецкой, где рождались самые первые номера еженедельника «Коммерсантъ», аналогов которому тогда и близко не было. Это была совершенно новая журналистика, которая так увлекла, что, даже уйдя спустя какое-то время работать в «Интерфакс», я вернулась в „Ъ“, соскучившись по его сумасшедшим дебрям. Помню, как вся редакция переживала, потянет ли ритм ежедневной газеты, с выходом пять раз в неделю, и это был переломный момент. Сейчас к ежедневке прибавились сайт, радио, книги, приложения, «Русфонд»... Менялись владельцы издательского дома, команда журналистов, офисы, но главное осталось: неповторимый стиль журналистики и стандарты, к которым „Ъ“ приучил Россию. А для Башкирии „Ъ“, считаю, всегда был и, надеюсь, останется самым строгим экзаменатором — на предмет честности по отношению к своему народу власть предержащих и прочих сильных мира сего.

Андрей Назаров, первый вице-премьер республики:

— Как человек, который много лет посвятил сфере бизнеса и его защите, я не могу представить свою повседневную жизнь без деловых СМИ. Несколько лет назад мы совместно с Академией российского телевидения учредили специальную премию ТЭФИ для деловых СМИ. И мне особенно приятно, что они активно развиваются в Республике Башкортостан. «Коммерсантъ-Башкортостан» для меня не просто издание: это, прежде всего, люди. Многие, кто начинал работать там, сейчас идут с нами по жизни и стали действительно серьезной опорой в работе. Я абсолютно уверен, что «Коммерсантъ-Башкортостан» — одно из лучших региональных изданий «Коммерсанта».

Дмитрий Шароватов, председатель правления — генеральный директор Башкирской электросетевой компании:

— «Коммерсантъ» — это, прежде всего, независимость редакционной позиции и возможность высказать свое мнение всем действующим лицам какой-либо новости. Благодаря таким изданиям читатели получают объективную оценку событий.

Виктор Лариошкин, генеральный директор Башкирской генерирующей компании:

— В современном мире мы буквально перенасыщены информацией. Поток новостей и материалов по любой теме льется из каждого гаджета. В погоне за трафиком заголовки становятся все более изощренными, а материалы — все более интригующими. Становится все труднее отличить действительно важную информацию от «пустышки». Ориентироваться в инфопотоках и быть в курсе всего самого актуального помогают надежные деловые издания, такие как «Коммерсантъ». Для меня, прежде всего, это источник действительно значимой и, что важно, проверенной информации.

Ирек Ялалов, сенатор:

— Деловым СМИ, таким, как «Коммерсантъ», хочется доверять. Есть определенная уверенность, что любой опубликованный факт тщательно проверяется, но, как и у всех, иногда случаются ошибки. «Коммерсантъ» часто самым первым добывает до эксклюзивной информации, так что всегда интересно заглянуть в вашу новостную ленту.

Павел Качкаев, депутат госдумы:

— Первое и самое основное: я по долгу службы много летаю и в аэропортах, в самолете обязательно беру газету «Коммерсантъ», причем независимо от того, это «Коммерсантъ» российский или с нашей башкирской вставкой. В газете с башкирской вставкой иногда просто интересно узнать мнения, несколько отличающиеся от официальных источников. Анализируя два-три источника, можно для себя, по крайней мере, сделать какой-то вывод. Второе: «Коммерсантъ» практически всегда публикует самые последние, свежие новости, неплохие аналитические материалы по состоянию финансов, промышленности. У нас с главным редактором Натальей Павловой частенько не совпадают мнения, но мы с ней в нормальных отношениях, я ее очень уважаю как журналиста, имеющего собственное мнение. На многие вещи «Коммерсантъ» смотрит несколько иными глазами.

Эдуард Давыдов, генеральный директор Башкирской содовой компании:

— Для меня это означает возможность получать достоверную информацию, качественную аналитику, объективный взгляд

на ситуацию в экономике, бизнесе и других сферах жизни. Все это есть у «Коммерсанта». Плюс броские заголовки, узнаваемый стиль подачи материала. Это издание знает толк в профессиональном контенте. Таким деловым СМИ я доверяю.

Ульфат Мустафин, глава

администрации УФ:

— Успех деловых СМИ, в отличие от массовых, напрямую зависит от доверия читателей к распространяемой ими информации и аналитике. Непроверенным сведениями и сомнительным экспертам в них нет места. Вот что мне всегда импонирует. И такое издание, четко отслеживающее деловую и бизнес-повестку регионального уровня, не теряя связи с федеральным, есть в нашей республике. Это газета «Коммерсантъ-Башкортостан».

Марат Мамлеев, исполнительный директор, управляющий филиала банка «УРАЛСИБ» в УФ:

— Поздравляю издание «Коммерсантъ-Башкортостан» с 10-летним юбилеем. Я высоко ценю ваше участие в различных проектах нашего банка, искренний интерес к новостям финансового мира, четкий формат подачи каждого информационного повода. Желаю журналистам «Коммерсантъ-Башкортостан» здоровья, оптимизма и новых творческих побед!

Наталья Прыткова, директор компании «ТАЛАН-УФА»:

— Для меня деловые СМИ, такие как «Коммерсантъ» — это качественная пресса. «Коммерсантъ» — авторитетный источник информационной картины. Лично я являюсь регулярным читателем издания, испытываю уважение к качеству и своевременности материалов, умению журналистов работать с фактами и соблюдению этических стандартов. Особо хочу сказать о тонкой иронии в заголовках. Каждый раз с удовольствием и улыбкой отмечаю юмор журналистов, поскольку для меня остроумие — это признак ума, интеллекта и профессионализма.

Олег Баулин, ректор уфимского государственного нефтяного технического университета:

— В современном мире быть в курсе событий — значит быть на шаг впереди. Деловые СМИ играют здесь далеко не последнюю роль. Их качество я определяю для себя двумя вещами: оперативностью и объективностью, ведь важно получать правдивую информацию быстро. Я замечая, как набирает обороты новый тренд — цифровой минимализм. Все больше моих друзей и знакомых стараются тщательнее выбирать, что им читать, где узнавать новости. И «Коммерсантъ» определенно стоит включить в список must-have.

Владимир Балабанов, председатель правления ООО «СИСТЕМНЫЕ РЕШЕНИЯ»:

— В России сегодня мало изданий, которые находят правильный баланс между политикой и экономикой, между жареными фактами и сухой аналитикой, между разными сторонами конфликтов во всех сферах. В России мало, а в Башкирии осталось, пожалуй, одно — «Коммерсантъ». Оставляйтесь такими же свободными, последовательными и интересными.

Руслан Мирсаяпов, торговый представитель России в Азербайджане:

— Деловые СМИ, такие как «Коммерсантъ», ежедневно дают мне возможность обстоятельной оценки процессов, происходящих в стране и в мире. Благодаря вам я могу получить более объективное понимание причин и последствий многих событий, которые без вашей аналитики могут казаться несущественными либо не связанными. За эту возможность на ваших «крыльях» воспарить чуть выше повседневного восприятия и увидеть более полную картину происходящего я вам и благодарен. Что касается непосредственно «Коммерсантъ-Башкортостан», вы — неудобные, беспристрастные, громкие и неподкупные. И в этом ваша сила и прелесть. Дай вам Бог еще много продуктивных десятилетий впереди!

Александр Антонов, владелец DASKO GROUP:

— Лично я последние годы «Коммерсантъ» начинаю читать с последней страницы, потому что та информация, которая печатается на этой странице, актуальна и своевременна. Сто процентов — это успех, стопроцентное попадание в целевую аудиторию. Такие средства массовой информации нужны и должны быть.

Валерий Трофимов, председатель горсовета УФ:

— Для меня деловые издания — это, прежде всего, острый и профессиональный взгляд на процессы, происходящие в политике, бизнесе и обществе. Мой рабочий день, как правило, начинается с просмотра печатных средств массовой информации и издание «Коммерсантъ», определено, в числе тех СМИ, которым я уделяю особое внимание.

Евгений Семенко, генеральный директор АО «ПОЛИФ»:

— В современном цифровом мире деловые СМИ становятся, прежде всего, значимыми площадками для обмена мнениями. Такие издания, как «Коммерсантъ», авторитетны, цитируемы и раскрывают острые темы с разных позиций и точек зрения. Это важно — когда проблемные и острые вопросы рассматриваются всесторонне, глобально и учитываются разные мнения. Мы со своей стороны всегда от-

крыты к диалогу и сотрудничеству и стараемся участвовать в дискуссиях, на которые нас приглашают.

Сергей Алферов, генеральный директор ПАО «БАШИНФОРМСВЯЗ»:

— Для меня «Коммерсантъ» — не просто источник деловых новостей, это оперативная и достоверная оценка событий в экономике и обществе. Независимость, объективность, узнаваемый стиль подачи информации и высокая профессиональная планка, взятая командой много лет назад, помогают «Коммерсанту» оставаться одним из самых авторитетных СМИ в стране и нашей республике.

Артем Валиев, шеф-редактор информационного холдинга «БАШИНФОРМ»:

— Как известно, бизнес едет со скоростью 100 км в час, общество — со скоростью 80 км, за ними едет власть со скоростью 40 км в час, а за всеми ними наука со скоростью 5 км в час. Деловые СМИ, как «Коммерсантъ», работают в первую очередь для бизнеса, поэтому они самые быстрые и эффективные и формируют информационную повестку. Уфимская редакция «Коммерсанта», на мой взгляд, одна из лучших в издательском доме. Здесь работает профессиональный коллектив, сформирован его костяк, который — что важно — является носителем ценностей еще того, самого первого «Коммерсанта». Желаю изданию процветания!

Алексей Самсонов, руководитель регионального филиала РОССЕЛЬХОЗБАНКА:

— Деловые СМИ — часть моей работы, а «Коммерсантъ» среди них всегда остается первым частным деловым изданием страны. Читаю его почти 30 лет. Ценю точность фактов, своевременность освещаемых тем, их актуальную подачу и профессионализм журналистов. Столкновения на страницах издания различных точек зрения дает возможность получить полную картину происходящих в стране и мире событий, получить необходимый объем информации для анализа текущей экономической и политической ситуации.

Артур Хазигалеев, предприниматель, совладелец ЛАЙФСТАЙЛ ЦЕНТРА «БАШКИРИЯ»:

— Чиновники всех мастей боятся «Коммерсанта» и пугают им весь честной народ. Но для меня «Коммерсантъ» — не пугало, для меня «Коммерсантъ» — это уважаемая организация. Когда говорят: «Прочитал в Коммерсанте», значит, информация объективная и правдивая.

АНДРЕЙ ВЯТКИН: «Для ПСБ Башкирия является одним из ключевых регионов»

О состоянии малого и среднего бизнеса (МСБ) в Башкирии, трендах в сфере банковской розницы и о том, какие продукты готов предоставить ПАО «Промсвязьбанк» (ПСБ) своим клиентам в период коронакризиса, рассказал региональный руководитель банка Андрей Вяткин.

— Не так давно ПСБ заключил договор о сотрудничестве с правительством Башкирии. Какие изменения ожидают республику в связи с этим?

— Для нас Башкирия является одним из ключевых регионов, здесь банк будет активно развивать все направления бизнеса. На сегодня он имеет статус опорного оборонного, при этом делает уклон на развитие малого и среднего бизнеса, а также на кредитование физических лиц. В рамках сотрудничества ПСБ и республики прописан большой перечень работ, которые должны воплотиться общими усилиями: льготное кредитование работников бюджетной сферы по программе «Семейная ипотека», активная поддержка бизнеса, в частности, субъектов МСБ. Банк также делает упор на работу с корпоративными клиентами и государственными предприятиями.

— Какие-то идеи уже начали реализовываться?

— Да, мы финансируем крупную социальную стройку в республике с одним из ведущих застройщиков в регионе. Также у нас действует программа льготного ипотечного кредитования для сотрудников бюджетной сферы.

— А как вы оцениваете состояние МСБ в Башкирии? В чем особенно нуждается сегмент?

— Активность в сегменте МСБ снизилась, предприниматели внимательно анализируют ситуацию на рынке и ждут, как коронавирус повлияет на экономику. Правительством страны и региона приняты своевременные меры в части поддержки бизнеса. Несмотря на то, что пандемия затронула целые сектора экономики и компании сегмента МСБ, клиенты ПСБ чувствуют себя уверенно.

— Как еще банк поддерживает МСБ?

— В период пандемии банк индивидуально подошел ко всем обратившимся за поддержкой. Было реструктуризировано 45 кредитных договоров на общую сумму 476 млн рублей. Также уфимский офис ПСБ активно поддержал компании из пострадавших отраслей: 84 выданных кредита в рамках постановления правительства РФ №422 под 0% и более 500 кредитов на возобновление деятельности в рамках постановления правительства РФ №696 под 2%.



— Почему представителям МСБ выгодно сотрудничество с Промсвязьбанком?

— Мы внимательно изучаем бизнес и подстраиваем продукты под потребности, делаем это комплексно. Также мы активно применяем схему господдержки, финансируем клиентов в рамках программы Минэкономразвития от 7,5% до 10 лет, а также при участии АНО «Агентство развития и поддержки малого предпринимательства Башкирии», Корпорации МСП. Отмечу, что мы занимаем первое место в портфеле Агентства по объему полученных поручительств по кредитам, выданным субъектам МСБ.

— Можете выделить главные тренды в сфере банковской розницы? Что готов предоставить ПСБ в рамках данной сферы?

— Сейчас в качестве главного тренда можно выделить ипотеку. У нас реализуются федеральные программы по повышению доступности ипотечного кредитования: «Господдержка — 2020», «Семейная ипотека», в том числе «Семейная ипотека» для работников бюджетной сферы.

— Как сегодняшние изменения в целом скажутся на работе банка?

— Банком реализован качественный онлайн-сервис как для юридических, так и для физических лиц. Мы наблюдаем, как увеличивается количество клиентов, использующих цифровые каналы. У нас, в принципе, всегда была высокая доля клиентов, пользующихся онлайн-каналами, — около 70%, сейчас эта цифра приближается к 90%. Активность клиентов не снижается.

Банк сильных людей

ПАО «Промсвязьбанк». Генеральная лицензия Банка России № 3251.



8 800 333 03 03

psbank.ru

На правах рекламы.

Венер Гимазетдинов: «У НАС ОЧЕНЬ СПОРТИВНАЯ РЕСПУБЛИКА»

Сегмент бизнес-парка «Астра — территория спорта», девелопером которого является компания ООО «Промтехстрой», стал одним из первых частных проектов, развивающих массовый спорт в Республике Башкортостан. «Астра» расположена на территории в три га в географическом центре города — в квартале улиц Ростовской, Рязанской, Луганской и 50-летия СССР. Прежде здесь находилось основное производство компании «Промтехстрой» — завод железобетонных изделий, который несколько лет назад был перенесен на новую площадку в северной части столицы. В освободившихся заводских корпусах разместились фитнес-клуб, батутный парк, гимнастические школы, зал бокса, скалодром и другие спортивные организации. Генеральный директор ООО «Промтехстрой», заслуженный строитель Республики Башкортостан Венер Гимазетдинов рассказал о ходе работ, о перспективах частного спорта в республике и о том, как «Астра» преодолела коронавирусный кризис.

— Венер Альтафович, расскажите о концепции проекта «Астра — территория спорта», его целях и задачах.

— Лет пять-шесть назад мне в голову пришла мысль: создать такую площадку, где можно было бы развивать многие виды спорта. В городе, да и в республике в целом, они разбросаны: хоккей находится в одной стороне, футбол — в другой, гимнастика — в третьей. Я же хотел построить такой центр, где в одном месте было бы множество помещений, где могли бы вместе развиваться самые различные виды спорта. Сейчас, по мере реализации проекта, мы видим, что постепенно приближаемся к поставленной цели: в «Астре» появились уже восемь видов спорта, и мы не собираемся на этом останавливаться. В ближайшее время мы построим и откроем манеж — он будет выполнен по стандартам УЕФА для мини-футбола. Кроме того, у нас есть грандиозный, по меркам частной инициативы, проект крытой хоккейной арены, к реализации этой идеи мы уже приступили. Мы выбрали для него концепцию, выбрали место, приступили к проектированию.

Я считаю, что на нашей площадке должно быть так: к нам приходит семья, где каждый должен иметь возможность заняться своим любимым видом спорта. У нас очень много идей, как сделать наш проект привлекательным, удобным, интересным: мы хотим построить площадки для отдыха, организовать пространство для бизнеса. Нам важно, чтобы здесь каждый мог без проблем припарковаться, чтобы было открыто кафе или ресторан.

— Какой вид спорта вы бы назвали своим любимым?

— У меня нет любимого вида спорта. Я из поколения, выросшего в 70-х годах, когда каждый ребенок проводил время на улице, и загнать его в дом было очень тяжело. Мы занимались всеми видами спорта, какими только могли. У нас не было практически никакого инвентаря, мы придумывали все сами, на ходу. Поэтому, наверное, моя любовь к спорту, к активному движению уходит корнями именно в те годы.

Я не занимался никаким профессиональным спортом, у меня нет никаких личных спортивных достижений, но я очень люблю спорт, лю-

блю наблюдать за соревнованиями, часто езжу на чемпионаты мира по хоккею и футболу, когда есть такая возможность. Стараюсь не пропускать футбольные чемпионаты мира и Европы: это дает большое вдохновение и энергетику. Но главное — посещение таких крупных мероприятий позволяет понять, как это делается за рубежом, как все организовано, это очень полезный опыт.

— Какие площадки уже есть в комплексе?

— Сейчас у нас проводят тренировки две гимнастические школы — «Авангард» и «Грациоза». Кроме того, у нас есть фитнес-клуб и зал бокса, есть скалодром высотой 12,5 м, в котором можно проводить соревнования. Действует батутный центр — один из крупнейших в республике. Кроме того, в наших помещениях проходят занятия по настольному теннису, футболу, волейболу и баскетболу. Как я уже говорил, мы готовимся к открытию футбольного манежа, он уже готов примерно на 60%, впоследствии там можно будет проводить различные соревнования. Замахиваемся на борьбу, стрельбу из лука, обсуждаем возможные варианты со спортивными федерациями.

Арендаторов у нас много, желающих ими стать — тоже. Конечно, мы можем принять не всех, но мы про-



рабатываем свою площадку для готовых проектов: прислушиваемся к людям, которые приходят со своими идеями, дорабатываем корпуса под конкретные виды спорта. Мы стараемся, чтобы людям у нас нравилось.

— Какие соревнования и чемпионаты вы планируете проводить на своей площадке?

— Мы постоянно проводим различные соревнования. Может быть, они не такие известные в масштабах республики, но свои мини-соревнования внутри каждого вида спорта у нас проводятся. Недавно провели большой турнир по настольному теннису: было очень много участников со всей Башкирии и из других регионов, был очень хороший призовой фонд. Победителям мы вручаем медали, выполненные специально по нашему дизайну.

— Какая сумма уже была вложена в «Астру» и сколько еще необходимо?

— Сколько уже было вложено в реализацию проекта, сложно подсчитать. Я думаю, потребуется еще около 100 млн руб., чтобы сделать площадку такой, как я это вижу в своих мечтах. Сейчас для нас это недостижимая сумма, поэтому мечты остаются мечтами. Но было бы хорошо, если бы все реализовалось. Посмотрим.

— На ваш взгляд, заинтересовано ли сегодня государство в том, чтобы бизнес занимался развитием спорта?

— Я думаю, у нас очень спортивная республика. Мы видим, что наши команды представлены во всех высших соревновательных дивизионах по футболу, хоккею, волейболу, баскетболу. Это очень от радно, и я считаю, что спорт у нас очень хорошо развивается, этой теме уделяется очень пристальное внимание, в том числе и со стороны государства. Но заинтересовано ли оно в том, чтобы спорт развивался благодаря бизнесу? Мне трудно ответить на этот вопрос: я думаю, что чиновники хотят заниматься этим напрямую или через спортивные федерации. Но я считаю, что можно было бы еще активнее привлекать бизнес к развитию спорта. Для этого, конечно, потребуется помощь и самим предпринимателям — в виде выделения площадок, предоставления кредитов и грантов.

Сейчас государственной поддержки тем, кто занимается развитием спорта, недостаточно, мы знаем это по себе. Куда бы мы ни обращались, у нас пока не получается добиться какой-то грантовой поддержки. Тем не менее нам не мешают, и это тоже очень важно. Но я все же думаю, что бизнес мог бы сделать гораздо больше.

— На ваш взгляд, каким видам спорта в республике уделяется недостаточно внимания? Сможет ли ваш проект исправить эту проблему?

— Я считаю, что в любой вид спорта нужно вкладываться. Потенциал есть у любого направления. Конечно, есть очень экзотические, но популярные виды, которые не представлены ни в республике, ни в России. Мы думали об этом, но пусть это пока будет маленьким секретом: есть интересные наметки, я думаю,

к следующему году мы приступим к реализации этих идей — и потом обязательно расскажем об этом.

— Как «Астра» пережила период самоизоляции? Отразился ли кризис на количестве арендаторов, изменились ли планы развития проекта?

— Мы переживали период самоизоляции тяжело, потому что сферы спорта и сдачи объектов в аренду очень сильно пострадали и продолжают страдать до сих пор. С марта мы недополучили огромное количество денежных средств, но сознательно пошли навстречу своим арендаторам. Практически всем предоставили отсрочки и скидки, для некоторых видов спорта на два месяца вообще обнулили арендную плату. Мы сочли важным поддерживать тех, кто работает на нашей площадке, чтобы они сохранили свой потенциал, чтобы люди, которые там занимаются, не ушли, не потерялись. На количестве арендаторов карантин отразился незначительно: в основном ушли мелкие компании, снимавшие небольшие офисы. Крупные арендаторы остались на своих местах. Надеюсь, что к весне следующего года мы вернемся к нормальному режиму, и у нас будет достаточно средств для того, чтобы работать дальше.

Мы медленно выходим из кризиса, но пандемия не поменяла наши планы на развитие проекта. Очень хочется реализовать все идеи, чтобы здесь было очень много видов спорта, чтобы люди нашли себя именно на этой площадке. Хотим привлечь футболистов, хотим открыть хоккейную школу. Я хочу, чтобы у нас были представлены разные команды, разные тренеры, разные концепции. А потом рассмотрим вопрос привлечения сторонних команд, не только из нашей республики. Задач и проблем хватает, но мы смотрим на все с оптимизмом.



«Уфанет»: технологии и реальность

Стремление оградить свой дом и своих близких от возможных рисков рано или поздно заставляет задуматься о том, как современные технологии могут сделать жизнь более спокойной и безопасной. В последнее время к списку факторов, от которых мы хотим защититься, добавилась и пандемия коронавирусной инфекции, заставившая пересмотреть отношение к работе и социальным контактам.

Компания «Уфанет» на протяжении многих лет успешно развивает «умные» системы для горожан и для бизнеса. Большинство предлагаемых решений компания сначала проверяет на себе, а уже после делится ими с широким кругом частных и корпоративных клиентов.

ВСЕ НЕОБХОДИМОЕ — В КАДРЕ

Системы видеонаблюдения уже давно не роскошь и не чудо техники: каждую минуту мы попадаем в кадр десятков камер, установленных на улицах и перекрестках, в магазинах и офисах. Вот уже более пяти лет «Уфанет» устанавливает камеры наблюдения на оживленных перекрестках и остановках общественного транспорта — этот проект публичных камер называется Maps.Ufanet. Одновременно компания развивает направление частных камер, которые можно установить практически везде — в жилых комплексах, коттеджных поселках, на стройках и на лестничных площадках... Возможности применения этих камер практически безграничны.

Услуга видеонаблюдения от «Уфанет» позволяет пользователю не задумываться о технических вопросах — где купить камеру, как ее выбрать, где хранить записи и как тянуть ко всему этому провода. Достаточно лишь отправить заявку — а остальное будет организовано инженерами компании в максимально сжатые сроки.

«Мы часто видим в криминальных фильмах, как грабители лезут в дом и первым делом идут разбивать хранилище записей с видеокамер,— говорит руководитель интеграционных проектов компании «Уфанет» Андрей Неведомый.— В случае с нашей услугой „Видеонаблюдение“ такой сюжет был бы просто невозможным: в отличие от IP-камер здесь нет внешнего диска или хранилища, где бы физически находились эти записи. Все данные хранятся в облаке».

Услуга предоставляется за ежемесячную абонентскую плату. Все необходимое оборудование «Уфанет» дает в пользование клиенту, устанавливает и настраивает бесплатно. Если услуга подключается по договору с управляющей компанией, жители дома получают целый комплекс видеокамер, позволяющих наблюдать за происходящим во дворе и у подъездов, на парковках и детских площадках. Пользователям доступен пятидневный архив записей, однако в зависимости от тарифа этот срок может быть увеличен.

ПОРТРЕТ ВМЕСТО КЛЮЧЕЙ

Объективы видеокамер стали отличным дополнением и для обыкновенных домофонов. «Умный домофон» от «Уфанет» позволяет не только показывать лица гостей хозяевам, общаться с визитерами по аудиосвязи и открывать дверь подъезда нажатием кнопки в мобильном приложении. Недавно у этого устройства появилась возможность распознавать входящего по контуру лица. Житель квартиры загружает свое фото в мобильное приложение, а домофон «запоминает» его и открывает дверь, даже если он забыл магнитный ключ. При этом «классические» функции домофона сохраняются (это важно, если дома проживает пожилой человек, которого сложно обучить «умностям»).

Среди других возможностей «Умного домофона» — просмотр трансляции с видеокамер онлайн и в записи, архива посещений. Всего на



сегодняшний день «Умными домофонами» оснащены более 3,5 тыс. подъездов Башкирии, Татарстана, Оренбургской и Нижегородской областей, Подмосковья. Стоят такие домофоны как в новых жилых комплексах, так и в обыкновенных многоквартирных домах.

Корпоративные клиенты могут использовать эту систему в качестве инструмента контроля рабочего времени сотрудников, как это реализовано в офисе «Уфанет»: камера открывает турникет, узнавая лицо сотрудника и сохраняя на сервере данные о времени прохода. Таким образом работодатель может, к примеру, фиксировать опоздания и даже количество перекрестков.

Есть и еще один положительный эффект от использования «Умных домофонов»: они оказались эффективным средством борьбы с преступностью. Недавно в объектив такого устройства попала кража мобильного телефона у ребенка. Девочку-подростка, совершившую кражу, удалось найти именно благодаря видеозаписи с домофона.

Важно отметить, что все функции «Умных домофонов» можно реализовать, например, на шлагбаумах и на автоматических воротах: видеоаналитика помогает распознавать лица, считывать номера автомобилей и допускать на закрытые территории только «своих».

ДОМ С УМОМ

Новые технологии приходят и внутрь квартир: системы «Умного дома» от «Уфанет» позволяют экономить ресурсы и защитить жилье от неприятных случайностей и криминальных посягательств.

Сервис может использоваться двумя различными способами. Первый — это телеметрия, подключенная к приборам учета холодной и горячей воды, газа и электричества. Данные со счетчиков отражены в мобильном приложении «Мой умный дом» от «Уфанет»: пользователи получают не только готовые по-

казатели, но и подробную аналитику по дням. Телеметрия может быть полезна и тем, кто хочет понимать, как и куда расходуются ресурсы — в первую очередь, это заинтересует предпринимателей и владельцев небольших производств.

«Один из наших клиентов — владелец пекарни, он хотел понимать, на что тратится электроэнергия, подозревал, что сотрудники забывают выключать на ночь печи. Сначала он был скептически настроен к возможностям нашего сервиса, но уже через год выяснилось, что эта услуга помогла ему экономить десятки тыс. руб., просто отслеживая показания счетчиков», — рассказывает руководитель центра информационных технологий компании «Уфанет» Игорь Саматов.

Второе направление сервиса «Умный дом» включает в себя систему безопасности и охраны имущества. Инженеры «Уфанет» устанавливают в квартире или коттедже центральное устройство («хаб»), к которому подключаются до 30 различных датчиков, поднимающих тревогу при задымлении, протечке воды, разбитии окна или взломе двери. Сервис можно автоматизировать по различным сценариям — например, система сама включит обогреватель, если температура в квартире опустится ниже заданного уровня. В случае тревоги система отправляет уведомление на мобильный телефон клиента, а при проникновении посторонних в квартиру включится сирена.

«В чем преимущество нашей услуги перед другими предложениями на рынке? Мы взяли все эти „умности“ и упаковали в один продукт. У нас есть единое мобильное приложение, в котором доступны видеонаблюдение, телеметрия, охрана и управление квартирой, городские и личные камеры. Все это собрано в едином центре. Пользуясь одной услугой и ощутив потребность в другой, абонент может просто нажать на кнопку, связаться с нами и подключить ее», — продолжает Игорь Саматов.

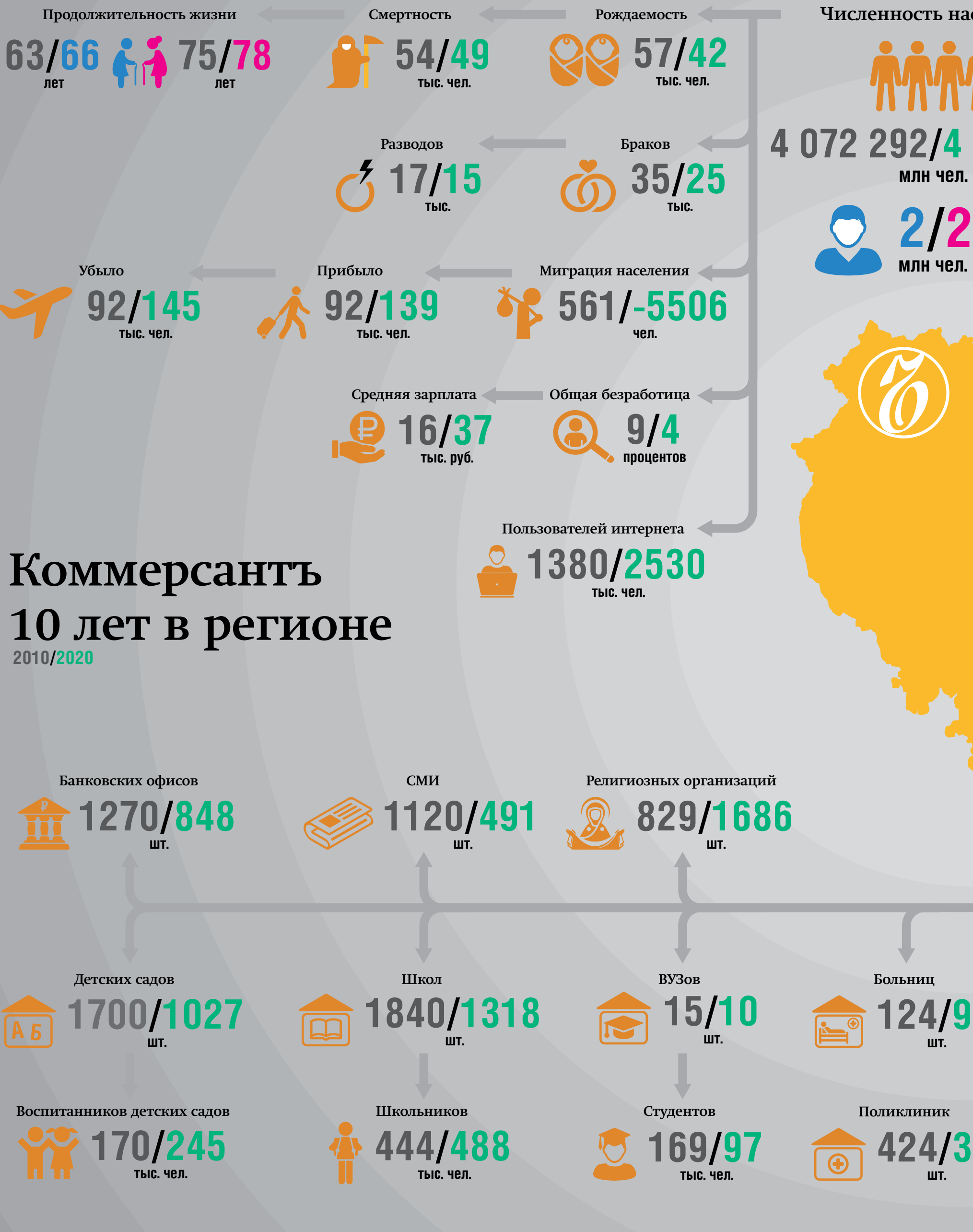
ТРИДЦАТЬ ШЕСТЬ И ШЕСТЬ

«Первое время после начала пандемии коронавируса у нас, как и везде, на входе стояли охранники и измеряли ручную температуру сотрудникам,— рассказывает заместитель главного инженера «Уфанет» Андрей Красько.— Еще до пандемии многие организации сталкивались с такой проблемой, что один человек с температурой мог перезаражать целый отдел. В случае с COVID-19 это может иметь куда более печальные последствия».

Практика показала, что «ручной» подход имеет множество неудобств — от высокой погрешности до влияния человеческого фактора. Решением стал тепловизор, «умная» камера, которая может автоматически измерять температуру у нескольких человек, попавших в его поле зрения, на расстоянии до трех метров. Показания температуры мгновенно передаются на экран компьютера дежурного охранника. Погрешность измерений минимальна: порядка 0,4°C.

Если через проходную пытается пройти человек с высокой температурой, система оповестит об этом тревожным сигналом, и такого сотрудника можно своевременно отправить в лечебное учреждение. А архив видеозаписей с камеры тепловизора поможет понять, с кем еще мог контактировать больной.

Тепловизоры «Уфанет» уже установлены на некоторых крупных промышленных предприятиях Башкирии, Оренбуржья, в торговых центрах. Даже после снятия всех ограничений по коронавирусу устройство будет незаменимым в работе любой компании, помогая избежать простоев во время сезонных вспышек гриппа — и, как результат, избежать ненужных убытков, которые могут оказаться критичными для бизнеса. «Уфанет» не останавливается на достигнутом и продолжает развивать «умные» системы. Компания верит, что именно за такими инновациями — будущее.



селения



038 151



Курс



31/85
руб.



43/99
руб.

Литр бензина



22/41
руб.

Платные услуги населению



171/272
млрд руб.

Прибыль организаций



141/224
млрд руб.

Убытки организаций



8/22
млрд руб.

Доходы бюджета



120/205
млрд руб.

Расходы бюджета



122/227
млрд руб.

Объем производства
сельского хозяйства



89/167
млрд руб.

Инвестиции в основной капитал



139,5/322
млрд руб.

ВРП на душу населения



187/413
тыс. руб.

Оборот розничной торговли



512/932
млрд руб.

Импорт



1/1
млрд \$

Экспорт



10/4
млрд \$

Чиновников



35/45
тыс. чел.

Федеральных

16/28
тыс. чел.

Региональных

7/5
тыс. чел.

Муниципальных

11/11
тыс. чел.

Построено жилья



2/2,4
млн кв. м

Цена 1 кв. метра

Первичный рынок



37/61
тыс. руб.

Вторичный рынок



39/58
тыс. руб.

5

5

ПРЯМАЯ РЕЧЬ ЧТО ДЛЯ ВАС ЗНАЧАТ ДЕЛОВЫЕ СМИ — ТАКИЕ, КАК «КОММЕРСАНТЪ»:

Айдар Муллануров, управляющий партнер судебного агентства «БАРРИСТЕР»:

— Деловые СМИ помогают мне быстро составить мнение о проблеме, в которой я сам не являюсь специалистом. Люблю читать аналитические материалы, обзоры. Если же говорить о «Коммерсантъ-Башкортостан», то это, пожалуй, единственное издание в Башкирии, которое не только держит в курсе реально интересных событий мира бизнеса, но и дает непредвзятую информацию. Объективность в наше время встречается все реже, поэтому я всегда нахожу время на чтение делового СМИ с таким подходом, как у «Коммерсанта».

Айдар Зубаиров, руководитель регионального офиса ФК «ОТКРЫТИЕ»:

— Деловые СМИ для меня — это соцсеть в истинном понимании ее предназначения. Это то, что обязательно просматривают твои клиенты и партнеры, с которыми ты поддерживаешь разговор за обедом. То, что не всегда комментируют официально, но имеют в виду их точку зрения. Они — всегда на острие, и это привлекает.

Тимур Лукманов, сопредседатель регионального отделения «ОПОРЫ РОССИИ»:

— Для меня «Коммерсантъ» верный источник знаний в мире бизнеса. Если публикация нашла свое место в номере, значит, вопрос актуальный и не стоит отвлекаться на информационный шум. Очень надеюсь,

что редакция останется верной своей традиции писать правду, хоть и неудобную. Я — ваш читатель-почитатель.

Эдуард Камалетдинов, заместитель директора группы компаний СУ-10:

— Сегодня, в эпоху цензуры государственных СМИ, деловые издания — один из немногих, если не единственный, источник достоверной информации. Если мы говорим про «Коммерсантъ-Уфа» — это свежие объективные новости. Каждое утро, загружая ваш сайт за завтраком, ожидаешь, напишут про твою компанию или про конкурента. Но, независимо от инфоповода, понимаешь, что журналисты издания обязательно обратятся за разъяснением или комментарием для максимальной точности и достоверности. За это мы вас и уважаем.

Рауфа Рахимова, издатель газеты «БОНУС» и портала «ПРОУФУ»:

— Мои знакомые бизнесмены, как один, говорят: утро начинаем с «Коммерсанта» и «Проуфу». Для нас честь оказаться в одном ряду с таким изданием, как «Коммерсантъ». Школа уфимского «Коммерсанта» — это лучшая журналистская школа в республике. Читаю, доверяю, уважаю.

Валериан Гагин, совладелец центра современного искусства «ОБЛАКА»:

— «Коммерсантъ» — это всегда разговор с другом. Он не обманет, не предаст, не скроет. Он всегда честен и прям. И это здорово. Многие лета вам, друзья!

Салават Нафиков, председатель госкомитета Башкирии по туризму:

— Есть хорошие издания, а есть просто «Коммерсантъ».

Азат Фазлыев, предприниматель:

— «Коммерсантъ» — это сугубо деловое освещение событий. Это и новости, и факты. Я ежедневно захожу на страницу «Коммерсанта», и этого достаточно, чтобы быть в курсе основных деловых событий нашей республики. Достоверность, оперативность, объективность — вот за что я уважаю команду нашего «Коммерсанта».

Светлана Погорейская, генеральный директор холдинга «ПРОМЕДИЦИНА»:

— Мне очень важна информация, которая может влиять на нашу компанию, потому что нужно своевременно реагировать на события, происходящие на рынке и в деловой сфере. Не менее важно опираться на достоверный и актуальный источник этой информации, которому можно доверять. Таким источником информации для меня является «Коммерсантъ».

Марат Ахметшин, председатель совета директоров компании «УФАНЕТ»:

— Деловое СМИ успешно, когда рассказывает не о том, что лежит на поверхности, а о внутренних корпоративных и политических силах, их интересах, выплеснувшихся в публичное пространство. И прекрасно, когда башкирский «Коммерсантъ» это делает релевантно и независимо. За это его и любим.

Аббас Галлямов, политолог:

— Кроме «Коммерсанта» и еще, может быть, одного-двух изданий, в республике читать больше нечего.

Тимур Хакимов, председатель торгово-промышленной палаты республики:

— «Коммерсантъ» — это прежде всего вызов и открытость. Прозрачность, тактичность и смелость. По праву можно назвать «Коммерсантъ» действительно изданием с твердым знаком в том смысле, что он подтверждает исконно русское окончание „Ъ“: весомое, значимое, решающее слово.

Рафаэль Марданшин, депутат госдумы, сопредседатель регионального отделения «ДЕЛОВОЙ РОССИИ»:

— «Коммерсантъ-Башкортостан» для нас как партнер и помощник, который оперативно получает и доводит до читателей свежую и актуальную информацию, объективно отражает наиболее значимые события, держит руку на пульсе времени, излагает их незавуалированно, правдиво и четко описывая ситуацию. Это говорит о ее уважении к нам, читателям. «Коммерсантъ-Башкортостан» силен своими экспертами. За эти годы издание завоевало авторитет, уважение, признание и доверие своих читателей.

Флюр Асадуллин, уполномоченный по защите прав предпринимателей республики:

— Я считаю, что новости — это то, что ты сам ищешь и находишь. Все остальное —

что тебе показывают и рассказывают, — это реклама. Все новости я всегда получаю исключительно в деловых изданиях: раньше это был Bloomberg, CNN, «Прайм», РБК и «Коммерсантъ», сейчас — «Прайм», РБК, «Бизнес FM» и «Коммерсантъ». Без brainwashing (идеологической обработки) и лирики. Всегда точно и в точку.

Шамиль Валеев, руководитель аппарата общественной палаты республики:

— Было такое время, когда предприниматели знали друг друга по именам, и честное купеческое слово что-то значило. Когда предпринимателей стало много, вместо купеческой чести появились деловые издания, в которых можно посмотреть, хороший ли это человек и можно ли с ним вести дела. Сейчас деловые издания, такие как «Коммерсантъ» — это носители рыночной репутации бизнеса не в глазах начальства или покупателей, а в цеху самих предпринимателей. Очень рассчитываю, что со временем доброе имя, репутация в беспристрастных изданиях будет рассматриваться как поручительство в банке и позволит, например, снизить ставку по кредиту.

подготовили майя иванова

и булат баширов

Коммерсантъ
Башкортостан

ТЕПЕРЬ

ПРИНИМАЕМ ОБЪЯВЛЕНИЯ
О БАНКРОТСТВЕ

18+

pb@ufa.kommersant.ru

8 (347) 292 79 65

8 (347) 292 79 66

Новый корпус онкоцентра открыт для пациентов

В Уфе открылся новый хирургический корпус Республиканского клинического онкологического диспансера. Торжественное мероприятие состоялось 7 августа с участием первых лиц республики, представителей Министерства здравоохранения РФ и медицинского сообщества. Первые пациенты уже оценили возможности онкоцентра: учреждение уже начало свою работу.

Генеральным подрядчиком строительства выступила уфимская компания СУ-10. Возведение онкоцентра продолжалось три года: в общей сложности бюджет проекта, по данным пресс-службы главы Республики Башкортостан, составил около двух млрд руб., в том числе 686 млн руб. были направлены из федерального бюджета. Стоит отметить, что новый корпус был жизненно важен для всей республики: прежде онкологическая служба региона была вынуждена вести прием пациентов в тесном корпусе старого диспансера. Теснота в коридорах поликлиники и нехватка рабочих кабинетов создавали значительные неудобства и больным, и самим врачам. С открытием нового корпуса эти проблемы остаются в прошлом, хотя онкологическое направление по-прежнему требует к себе повышенного внимания со стороны властей.

«Мы все понимаем, насколько это коварная, тяжелая и, к сожалению, широко распространенная болезнь,— отметил глава Республики Башкортостан Радий Хабиров, выступая на церемонии открытия нового онкоцентра.— Материальная база для лечения онкобольных нуждалась в дальнейшем развитии. Ввод в эксплуатацию этого замечательного корпуса дает очень серьезную надежду тем, кто столкнулся с онкозаболеванием. Благодаря всех строителей за проделанную работу. Передавая новое здание врачам, хочу пожелать успехов в борьбе за жизнь и здоровье каждого пациента. Мы продолжим модернизацию онкологической службы и создадим 13 амбулаторных онкологических центров по всей республике. Кроме того, недавно мы приняли непростое решение о начале строительства в 2020 году Центра детской онкологии и гематологии Республиканской детской клинической больницы».

О том, насколько важен для всего региона новый хирургический корпус онкодиспансера, отметил в своей небольшой речи и заместитель министра здравоохранения РФ Олег Гринев:

«Позвольте от имени министра здравоохранения страны Михаила Мурашко высказать слова огромной благодарности за работу, проводимую в республике по лечению онкозаболеваний в этот непростой период. Большое спасибо за труд, который вы осуществляете изо дня в день,



особенно в это непростое время. Это очень важно, ведь мы с вами прекрасно понимаем, что все пандемии уйдут, но сердечно-сосудистые и онкологические заболевания, которые являются основной причиной смертности,— они останутся. Это прекрасное здание будет для вас вторым домом»,— обратился к врачам господин Гринев.

Организаторы мероприятия устроили церемонию передачи ключей от нового онкоцентра: от строителей — врачам. Генеральный директор группы компаний СУ-10 Валерий Мансуров вручил символический ключ главному врачу Республиканского клинического онкологического диспансера Аделю Измайлову.

«Наш коллектив с гордостью может сегодня заявить: мы завершили строительство такого грандиозного для нашей республики объекта, такого нужного на сегодняшний день онкологического центра. Мы приложили максимум своих усилий и знаний, чтобы этот объект получился достойным, технологически совершенным, выполненным по современным требованиям»,— отметил господин Мансуров.

В ответном слове главврач диспансера от лица всего медицинского сообщества и от имени пациентов учреждения выступил с благодарностью в адрес строителей и министерства здравоохранения: «Спасибо огромное всем людям, которые принимали участие в строительстве этого самого современного корпуса. Это дей-

ствительно знаменательное событие для всей республики и для наших пациентов. Условия диагностики и лечения людей резко изменились. Это современное учреждение, современные условия и современное качество».

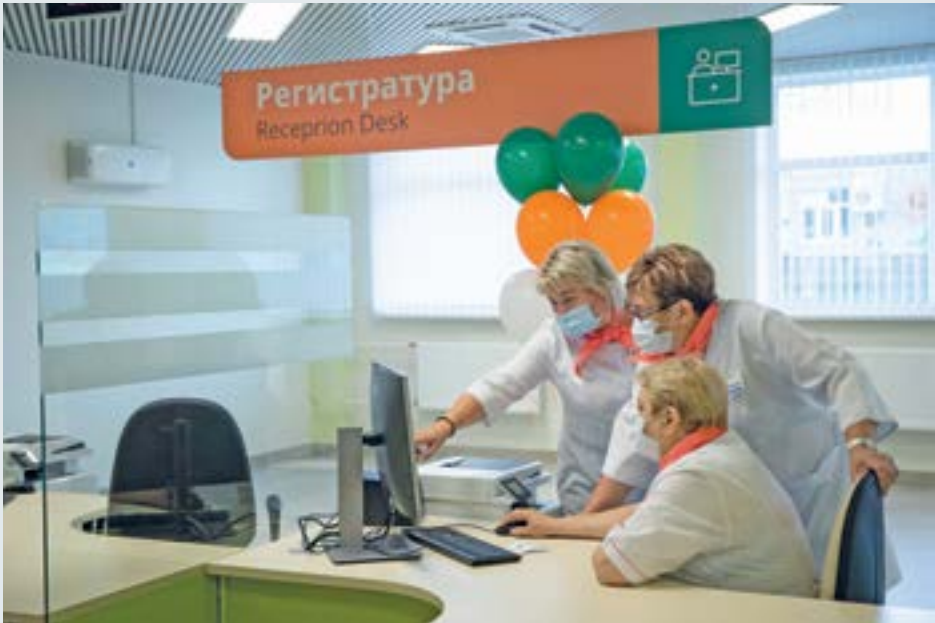
Новое здание онкоцентра — это девятиэтажный комплекс площадью более 20 тыс. кв. м, в котором разместится поликлиническое отделение и стационар. Планируется, что работать здесь будут более 250 высококвалифицированных специалистов, в том числе 68 врачей различных специальностей. Операционные и лаборатории оснащены самым современным оборудованием и средствами коммуникации, позволяющими оказывать онкобольным высокотехнологичную помощь и активно использовать возможности телемедицины.

Оснащение корпуса отличается и улучшенными бытовыми условиями для пациентов стационарного отделения. Для них предусмотрены двух- и трехместные палаты, в каждой из них установлен телевизор и холодильник. В каждой палате предусмотрены санузлы.

«Очень отраднo, что открытие этого прекрасного корпуса онкоцентра совпало с нашим профессиональным праздником — Днем строителя. Основные строительные работы были завершены в начале года, но до сегодняшнего дня продолжались пуско-наладочные работы, монтаж профильного диагностического и лечебного оборудования. Сегодня этот центр, наверное,

самый востребованный среди всех медицинских учреждений. Невозможно сравнивать условия, которые были у онкобольных прежде, и те, которые стали доступны сейчас: здесь все сделано очень удобно, все выполнено по современным стандартам. Предусмотрено очень много палат, установлены лифты и эскалаторы. Все сделано на самом современном уровне»,— рассказывает заместитель генерального директора ГК СУ-10 Эдуард Камалетдинов.

Новый корпус республиканского онкодиспансера — далеко не первый социальный объект, который строит группа компаний СУ-10. На сегодняшний день предприятие продолжает возведение нового корпуса Республиканского кардиологического центра на улице Степана Кувыкина и поликлиническое отделение Республиканской клинической больницы имени Куватова. Продолжаются работы по возведению второй очереди средней школы в уфимском микрорайоне Инорс. Ранее строители СУ-10 успешно сдали в эксплуатацию несколько школ в Уфе и Стерлитамаке, расширили хирургический корпус Благоварской районной больницы, построили поликлинику в селе Верхнеяркеево. В общей сложности благодаря специалистам СУ-10 в республике появилось более 20 новых школ, 20 детских садов, 13 культурных и медицинских учреждений, а также четыре бассейна. Общая площадь построенных объектов — более 1 млн кв. м.





башкортостан 17 декабря 2010 года Духовное управление безопасности Глава УФСБ по Башкирии снова предложил мусульманам объединиться	башкортостан 6 августа 2010 года Не из того тестя Экс-глава управления собственной безопасности МВД обвиняется в мошенничестве	башкортостан 23 марта 2011 года «Сандуны» пошли ва-банк Владелец товарного знака намерен подать в суд на «Уфимские сандуны»	башкортостан 21 апреля 2011 года Сало к сахару Группа «Разгуляй» докупит в Башкирии сахарный завод и построит свинокомплекс
башкортостан 21 февраля 2014 года Не Hyundai делать Руководство дилерской компании избежало долговой ответственности	башкортостан 27 ноября 2014 года Индейка фикс УФАС заинтересовали цены на продукцию БПК	башкортостан 11 февраля 2015 года Депутаты взялись за яйца Производители и чиновники минсельхоза объяснили им ситуацию с ценами на рынке	башкортостан 4 июня 2015 года  Урман-байрам ЧП на башкирских складах Минобороны входят в привычку
башкортостан 6 сентября 2016 года Турция летит ко всем чартерам Перевозчики возобновляют полеты из Уфы в Анталию	башкортостан 7 сентября 2016 года  Gett тронулся В Уфу пришел второй международный онлайн-сервис вызова такси	башкортостан 3 октября 2017 года Храм грянет Сергея Веремеенко позвали достраивать мечеть-долгострой «Ар-рахм»	башкортостан 6 июня 2017 года Атака склонов «Ак йорту» отказано в аренде 20 га земель для строительства экопарка
башкортостан 12 апреля 2019 года Выставка-пропажа Организаторы шоу роботов из Самары и Башкирии выясняли отношения в суде	башкортостан 14 мая 2019 года Все лучшее — сетям В кабмине Башкирии придумали новый способ реформирования муниципальных электросетей	башкортостан 8 апреля 2020 года К проекту крематория подошли с огоньком Мэрия Уфы подобрала для объекта участок в Новоалександровке	башкортостан 19 июня 2020 года Быстро маски сказываются Башкирия лидирует по числу штрафов за нарушение самоизоляции и масочного режима



«МИР» ОТКРЫТ ДЛЯ ВСЕХ

В этом году один из старейших моллов Уфы — Центр торговли и развлечений «Мир» — отметил свое 16-летие. Открытый в начале нулевых годов на площадке одноименной швейной фабрики, торговый центр быстро завоевал популярность среди уфимцев. Спустя годы «Мир» обновился и стал еще более уютным, оставаясь одним из любимых мест для шопинга в столице. Однако своим посетителям центр торговли и развлечений может предложить гораздо большее.

«Мир» сегодня объединяет практически все необходимое современному человеку: шопинг, развлечения, госуслуги, бытовые сервисы, а также 13 ресторанов и кафе, которые по пятницам и субботам открыты до 02:00 ч. Можно совместить покупку одежды или техники с походом в салон красоты и деловой встречей за чашкой кофе. Здесь же можно сдать вещи в химчистку, оформить необходимые документы в МФЦ, заглянуть в книжный магазин и посетить отделение банка. Стоит подробнее рассказать о некоторых бутиках, представленных в ЦТиР «Мир».

Салон женской одежды Caterina Leman: этот бренд позиционируется как выражение постмодернизма в моде: концепция марки позволяет



сочетать оригинальные эксклюзивные вещи, деловые образы, практичный casual и молодежный стиль.

Под маркой Elis предлагаются стильные модели для любого случая, от легких летних платьев до строгих костюмов. Дизайнеры бренда делают акцент на совмещении модных тенденций с элементами делового стиля.

В салоне российской марки Lalis представлена одежда для молодых и стильных женщин в категории plus-size. Модели бренда органично сочетают точность кроя, качество европейских тканей и лаконичность в каждой детали. В салоне представлены вещи до 56-го размера.

Салон «Кокетка» предлагает четыре концептуальных линии одеж-

ды, от повседневных и спортивных вещей до оригинальных моделей из высококачественных тканей от европейских производителей в ценовой категории среднего уровня. Концептуальный салон Steilmann объединяет немецкие марки одежды в различном стиле и в разных ценовых сегментах: Arapage, Unq, Mac и Bulmer, а также представляет комби-коллекции самого бренда Steilmann с широким размерным рядом.

Салон модной одежды «Сезон» известен уфимцам уже более 20 лет. Здесь по привлекательным ценам предлагается мужская и женская одежда европейских марок Marc Aurel, Airfield, Caractere, Roy Robson, Venti, Olymp и многих других брендов.

Салон мужской одежды Bugatti предлагает удобную одежду на все случаи жизни, будь то бизнес-мероприятие или легкое путешествие: джинсы, обувь и широкий выбор аксессуаров позволят создать неповторимый образ в европейском стиле — от английского шика и французской элегантности до скандинавской лаконичности и итальянского темперамента.

Мужская одежда представлена и в салоне KOS Style, предлагающего вещи от брендов премиум-класса и среднего ценового сегмента: Benvenuto, Olymp, Digel, Lubiam и многих других. Коллекции KOS — это сочетание традиционной эстетики и модных течений, одежда деловая и практичная, торжественная и повседневная.

Стилисты салона красоты Maija внимательно следят за актуальными тенденциями в моде. Здесь могут одновременно работать с клиентом парикмахер и мастера по маникюру и бровям, что позволяет сэкономить немало времени. В салоне представлен широкий выбор средств по уходу и профессиональной косметики L'Oreal Professional, Kerastase, Gelish, Gehwol и CND.

Натуральная провансальская косметика L'occitane — это средства по уходу за кожей лица и тела, парфюме-



рия и ароматы для дома. Марка определяет свой стиль как Art de Vivre — то есть, искусство жить, наслаждаясь душевным и физическим комфортом. Поэтому все средства бренда призваны дарить удовольствие.

Бренд авторской косметики премиум-класса Everglow специализируется на создании уникальных косметических средств на основе витаминов, натуральных масел, растительных комплексов и последних достижений в области ухода за волосами и кожей лица и тела.

Центр торговли и развлечений «Мир» открыт ежедневно с 10:00 до 22:00 ч. Для удобства посетителей действует всегда бесплатная многоуровневая парковка и остановка общественного транспорта прямо возле входа. Добро пожаловать в «Мир»!

bugatti

LALIS

KOS STYLE

L'OCCITANE EN PROVENCE

MAIJA

Кокетка

СЕЗОН

EVERGLOW

ELIS

Caterina LEMAN

РЕКЛАМА

Цепочка восстановления экономики: какую роль в ней сыграет лизинг

На сегодня все регионы России сконцентрированы на реализации эффективных мер по восстановлению экономики, пострадавшей от ограничений на ведение производственной деятельности, которые были установлены на всей территории страны из-за эпидемиологической ситуации.

Как правило, «перезапуск» экономической активности начинается с крупных предприятий, имевших страховочные ресурсы; сейчас они привлекают в свои проекты средний и малый бизнес, а также создают новые рабочие места. При этом корпорациям и холдингам нужен эффективный финансовый инструмент для обновления активов, который позволит не изымать из оборота крупные суммы единовременно, и чаще всего они останавливают свой выбор на лизинге.

«Сейчас мы действуем все возможности нашей компании, чтобы помочь действующим и новым клиентам оптимизировать их бизнес. Впервые, отмечу, что „Балтийский лизинг“ поддержал предпринимателей в самые тяжелые месяцы, предложив



АЛЕКСЕЙ СЕРГЕЕВ, директор филиала ООО «Балтийский лизинг» в Уфе

пострадавшим от кризиса отсрочки и реструктуризацию платежей, все эти меры реализовывались в индивидуальном порядке. Во-вторых, мы сохранили все условия специальных программ, которые запускали с начала года совместно с поставщиками или самостоятельно. То есть все преференции, аккумулированные в продуктовой линейке компании, сохраняют свою актуальность, что на

сегодня особенно важно. А если говорить об ассортименте имущества, которое мы можем финансировать, то ограничений по-прежнему практически нет, мы работаем во всех сегментах, помогаем компаниям приобретать автотранспорт, спецтехнику и оборудование», — рассказал директор филиала ООО «Балтийский лизинг» в Уфе Алексей Сергеев.

По его словам, компании также удалось сохранить стабильный прирост объема нового бизнеса (по итогам первого полугодия 2020 года он вырос на 8%) благодаря оперативному переводу всей филиальной сети в режим удаленной работы, — менеджеры заключали сделки в системе юридически значимого электронного документооборота Диадок. При этом сейчас, когда ограничения уже сняты, «Балтийский лизинг» продолжает работу по массовому переводу своих клиентов в эту систему. Такой формат гораздо удобнее: все участники сделки экономят время, а документы к тому же упорядоченно хранятся и дублируются в нескольких экземплярах на разных серверах, исключается риск утери договоров и счетов-фактур. Также для клиен-

тов, заключающих сделки в системе ЮЗЭДО, снижается размер ставки по договору лизинга.

Алексей Сергеев отметил, что компания в этом году уже почувствовала в нескольких крупных республиканских проектах.

«Не так давно мы финансировали покупку тракторов для Илишевской сельскохозяйственной компании, которая в этом году вложит более 300 млн руб. в строительство зерноочистительного завода. Кроме того, активно ведется строительство новых жилых районов, только с начала этого года у нас есть несколько клиентов, которые брали в лизинг башенные краны», — рассказал Сергеев.

Также он напомнил, что компания продолжает работу в рамках программ субсидирования автотранспорта и спецтехники от Минпромторга РФ. Представители бизнеса, приобретающие специальные машины и грузовой транспорт российского производства у аккредитованных компаний, получают скидку на авансовый платеж, которая предоставляется за счет бюджетной субсидии, общий размер которой ограничен.



Клиенты, в том числе предприятия АПК или субъекты МСП, приобретающие магистральные тягачи, могут получить скидку в размере до 12,5% от стоимости автомобиля при оплате первоначального взноса по заключенному договору лизинга автотранспорта. Максимальный размер скидки — 625 000 руб. В программе участвуют автомобили, выпущенные в 2020 году. Лизингополучатели, оформляющие договор на спецтехнику российского производства, могут получить скидку в размере до 15% от стоимости имущества.

**Контакты филиала
ООО «Балтийский лизинг»
в Уфе:**

**ул. Менделеева 170, офис 1209
8 800 222 0 555
+7 (347) 229 48 11
ufa@baltlease.ru**

При заключении договора лизинга индивидуально согласовываются условия оказания услуг, влияющие на сумму расходов, которую понесет лизингополучатель: срок лизинга, размер первого (авансового) платежа, интенсивность возмещения расходов на приобретение предмета лизинга в составе лизинговых платежей, удорожание, выбор страхователя, страховщика, балансодержателя предмета лизинга, стороны, на имя которой регистрируется предмет лизинга. Предложение не является офертой. ООО «Балтийский лизинг». Реклама



ЖИЗНЬ СО ВКУСОМ

С КЕЙТЕРИНГОВОЙ СЛУЖБОЙ ROSSINSKY



ФОРМАТЫ:

- БАНКЕТ / БАРБЕКЮ / ФУРШЕТ
- ЧАЕПИТИЕ И КЭНДИ БАР
- КОКТЕЙЛЬ И ВЫЕЗДНОЙ БАР
- СВАДЕБНЫЕ ТОРЖЕСТВА



РЕКЛАМА

Высококвалифицированный персонал – лучшие официанты и повара ресторана Rossinsky
Профессиональное оборудование – соответствует самым высоким мировым стандартам

БАШКИРИЯ В ФОТОКАДРАХ «КОММЕРСАНТА» В 2010–2020 ГОДАХ



ЧЕРЕЗ ДВА МЕСЯЦА ПОСЛЕ ЗАПУСКА УФИМСКОГО «КОММЕРСАНТА», В ИЮЛЕ 2010 ГОДА, В ОТСТАВКУ УШЕЛ ПЕРВЫЙ ПРЕЗИДЕНТ БАШКИРИИ МУРТАЗА РАХИМОВ



ВЗРЫВЫ НА ТЕРРИТОРИИ СКЛАДОВ МИНОБОРОНЫ РОССИИ В ПОСЕЛКЕ УРМАН РАСТЯНУЛИСЬ НА 10 ЛЕТ



ПРЕМЬЕР АЗАМАТ ИЛИМБЕТОВ (В 2011–2012 ГОДАХ) РАТИФИЦИРОВАЛ СДЕЛКУ ПО СОЗДАНИЮ БАШКИРСКОЙ СОДОВОЙ КОМПАНИИ. ТЕПЕРЬ ВЛАСТИ РЕГИОНА НАМЕРЕНЫ ЕЕ ПЕРЕСМОТРЕТЬ



ВТОРОЙ ПРЕЗИДЕНТ БАШКИРИИ РУСТЭМ ХАМИТОВ ПОСЛЕ ТРЕХ ЛЕТ УПРАВЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКОЙ ОТКАЗАЛСЯ ОТ ЭТОЙ ДОЛЖНОСТИ И СТАЛ НАЗЫВАТЬСЯ «ГЛАВА», ИЛИ «БАШЛЫГЫ»



СЕРИЯ ГРОМКИХ УГОЛОВНЫХ ДЕЛ НАЧАЛАСЬ В 2011 ГОДУ С ПРЕМЬЕР-МИНИСТРА РАИЛА САРБАЕВА, КОТОРЫЙ БЫЛ ОБВИНЕН В РАСТРАТЕ. В 2013 ГОДУ ВСЕ ОБВИНЕНИЯ С НЕГО БЫЛИ СНЯТЫ СУДОМ



ДРУЖБЕ ПРЕЖНЕГО РУКОВОДСТВА БАШКИРИИ С ПРЕДСЕДАТЕЛЕМ «РУСГИДРО» ЕВГЕНИЕМ ДОДОМ УФА НЕКОТОРЫМ ОБРАЗОМ ОБЯЗАНА ПОЯВЛЕНИЕМ НАБЕРЕЖНОЙ ЗА 12 МЛРД РУБЛЕЙ



ЧЛЕНАМ КАБМИНА БАШКИРИИ ЮРИЮ ПУСТОВГАРОВУ, ИЛЬДУСУ ИЛИШЕВУ И ФИДУСУ ЯМАЛТДИНОВУ, ДРЕМЛЮЩИМ НА ЭТОМ СНИМКЕ, ЛЕТОМ 2010 ГОДА ОСТАВАЛОСЬ НЕСКОЛЬКО МЕСЯЦЕВ ДО ОТСТАВКИ



ВСТРЕЧА ГЛАВЫ БАШКИРИИ РУСТЭМА ХАМИТОВА С ПРЕЗИДЕНТОМ УГМК ИСКАНДАРМ МАХМУДОВЫМ В 2011 ГОДУ ОТКРЫЛА СЕРИЮ СДЕЛОК ПО ПОГЛОЩЕНИЮ ФЕДЕРАЛЬНЫМИ ХОЛДИНГАМИ КРУПНЫХ БАШКИРСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ



ШЕЙХ САУДОВСКОЙ АРАВИИ САЛЕХ АБДАЛЛА КАМЕЛЬ В 2011 ГОДУ ХОТЕЛ ПОСТРОИТЬ НЕДВИЖИМОСТЬ В САНАТОРИИ «КРАСНОУСОЛЬСКИЙ», НО ПЕРЕДУМАЛ



В 2012 ГОДУ, КОГДА ГЛАВА БАШКИРИИ РУСТЭМ ХАМИТОВ ВСТРЕЧАЛСЯ С ГЛАВОЙ «РОСНЕФТИ» ИГОРЕМ СЕЧИНЫМ, РЕЧЬ ЕЩЕ НЕ ШЛА О ДЕПРИВАТИЗАЦИИ «БАШНЕФТИ»



ПЕРВЫЙ И ПОКА ЕДИНСТВЕННЫЙ «КУБОК ГАГАРИНА» ПОЛУЧИЛ В 2011 ГОДУ ХОККЕЙНЫЙ КЛУБ «САЛАТ ЮЛАЕВ»



СКАНДАЛ ВОКРУГ ПЛАГИАТА В ДОКТОРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ ГЛАВЫ ЦЕНТРИЗБИРКОМА БАШКИРИИ (В 2012–2019 ГОДАХ) ХАЙДАРА ВАЛЕЕВА СТОИЛ ЕМУ ДОКТОРСКОЙ СТЕПЕНИ



В 2014 ГОДУ ГОСУДАРСТВУ БЫЛ ВОЗВРАЩЕН КОНТРОЛЬНЫЙ ПАКЕТ «БАШНЕФТИ», КОТОРЫЙ С 2009 ГОДА ПРИНАДЛЕЖАЛ АФК «СИСТЕМА». ВСКОРЕ ЕГО КУПИЛА «РОСНЕФТЬ»



СЕМЬЯ БИЗНЕСМЕНА АНДРЕЯ НАЗАРОВА ПОСТРОИЛА В УФЕ К САММИТАМ ШОС И BRICS ПЕРВЫЙ ПЯТИЗВЕЗДОЧНЫЙ ОТЕЛЬ



ТРИ ГОДА УФА ГОТОВИЛАСЬ ВСТРЕТИТЬ САММИТЫ ШОС И BRICS, КОТОРЫЕ ПРОДЛИЛИСЬ В ИЮЛЕ 2015 ГОДА ТРИ ДНЯ. ПРИЕЗЖАЛ ПРЕЗИДЕНТ РОССИИ ВЛАДИМИР ПУТИН



УФИМСКИЙ ЭЛЕКТРОТРАНСПОРТ В 2016 ГОДУ ПЕРЕВОДИЛИ НА РУЧНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ИЗ-ЗА ДОЛГОВ ПЕРЕД ЭНЕРГЕТИКАМИ



ФУТБОЛЬНЫЙ КЛУБ «УФА» В 2018 ГОДУ ЧУДОМ ПОПАЛ В «ЛИГУ ЕВРОПЫ», ОТКУДА ПОЧТИ СРАЗУ ВЫБЫЛ, ПРОИГРАВ ВТОРОЙ МАТЧ ШОТЛАНДСКОМУ «ГЛАЗГО РЕЙНДЖЕРС»



АНТИАЛКОГОЛЬНАЯ КАМПАНИЯ В БАШКИРИИ НАЧАЛАСЬ В ОТДЕЛЬНЫХ СЕЛАХ И ВСЕ ЕЩЕ НАБИРАЕТ ОБОРОТЫ



ПЕРВЫЙ ЗАМЕСТИТЕЛЬ ПРОКУРОРА УФЫ ОЛЕГ ГОРБУНОВ В 2018 ГОДУ БЫЛ ЗАДЕРЖАН В МОСКОВСКОМ АЭРОПОРТУ ШЕРЕМЕТЬЕВО И ОБВИНЕН В ПОЛУЧЕНИИ ВЗЯТКИ



РАДИЙ ХАБИРОВ СПУСТЯ 10 ЛЕТ «ИЗГНАНИЯ», В ОКТЯБРЕ 2018 ГОДА, ВЕРНУЛСЯ В УФУ ГЛАВОЙ РЕГИОНА



В УФЕ ТО И ДЕЛО ГОРЯТ ПАМЯТНИКИ АРХИТЕКТУРЫ. КРУПНЫЙ ПОЖАР ПРОИЗОШЕЛ В РАССЕЛЕННОМ ДОМЕ УСАДЬБЫ БУХАРТОВСКИХ В МАРТЕ 2020 ГОДА



ПОСЛЕ СТОЛКНОВЕНИЙ МЕЖДУ ПОЛИЦИЕЙ И АКТИВИСТАМИ НА ШИХАНЕ КУШТАУ ГОРУ РЕШЕНО СДЕЛАТЬ ОХРАЯЕМОЙ ПРИРОДНОЙ ТЕРРИТОРИЕЙ

КРЕАТИВ TIP-TOP TEAM ПРИЗНАН ЛУЧШИМ В РОССИИ

Виталий Новиков и Стас Степанов — мозг и сердце студии Tip-Top Team — в этом году получили премию MarSpo Awards за создание рекламной кампании для хоккейного клуба «Салават Юлаев». Хороший повод для беседы о том, как почувствовать душу бренда и ненавязчиво стать лидером креативного видеопродакшна Башкирии.

— В этом году вы взяли золото в премии MarSpo Awards, которая отмечает лучшие проекты в области спортивного маркетинга. Что это за премия и почему круто в ней победить?

ВИТАЛИЙ НОВИКОВ:
— В России на данный момент мало престижных конкурсов в области спортивного маркетинга, поэтому на нее стекается много претендентов. 2020 год стал рекордным — на участие заявилось около трехсот компаний. Рекламная кампания «Зур хоккей» для хоккейного клуба «Салават Юлаев» стала «Лучшей рекламной кампанией спортивного клуба в России», что для нас большой повод для гордости. Она включала в себя креатив для основного сезона и плей-офф, серию видеороликов, оформление медиа-куба в «Уфа-Арене», презентации новых игроков и формы.

СТАС СТЕПАНОВ:
— При оценке работы жюри, помимо оригинальной идеи, брало во внимание все измеримые показатели эффективности кампании — реакцию в соцсетях (лайки, репосты, хэштеги), рост продаж билетов и абонементов, количество солд-аутов, популярность сезонного мерча. По многим из этих показателей мы обошли хоккейные клубы «Авангард» и «Ак Барс», футбольные клубы «Зенит» и «ЦСКА». Рекламная кампания «Зур хоккей» стала одной из самых успешных в истории «Салавата Юлаева». Об этом говорит наглядный и значимый показатель эффективности — народная любовь. Лишь за один сезон в социальных сетях хэштег #зурхоккей набрал около 10 тыс. публикаций.

— Как проходила работа над созданием кампании?

СТАС СТЕПАНОВ:
— Сначала мы провели несколько больших интервью с руководством хоккейного клуба «Салавата Юлаева», представителями фан-сообществ и просто любителями хоккея. Мы тоже стали частыми гостями «Уфа-Арены», чтобы глубже погрузиться в атмосферу игры. Аккумулировали всю полученную информацию и убедились, что хоккей для уфимцев — это весомая часть жизни. Это большая игра, которая дает большие эмоции, вызывает большую гордость, и все это в итоге — «большой хоккей». Также мы проанализировали жизнь других хоккейных клубов и поняли, что у «Салавата Юлаева» есть то, чего нет у соперников — это самобытная культура, башкирский язык и отдельные слова башкирского языка, которыми пользуются все. Так большой хоккей превратился в «зур хоккей».

ВИТАЛИЙ НОВИКОВ:
— Обычно мы предоставляем заказчику на выбор две или три креативные концепции в виде презентаций с полным раскрытием идеи. В случае с «Салаватом» было два концепта. Оба понравились руководству хоккейного клуба, но выбрали «Зур хоккей» и не прогадали. В целом от начала сотрудничества до утверждения концепции прошло около трех недель.

СТАС СТЕПАНОВ:
— До запуска рекламной кампании у нас осталось чуть меньше месяца, и следующим этапом стала разработка главного промо-ролика сезона. Мы написали сценарий, сделали раскадровку, провели кастинг, отработали две съемочные смены, каждая по восемь часов, и затем был



ВИТАЛИЙ НОВИКОВ, сооснователь, генеральный директор. СТАС СТЕПАНОВ, сооснователь, арт-директор

РЕЗУЛЬТАТЫ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ «ЗУР ХОККЕЙ» ЗА СЕЗОН 2019/2020:

- более 10 тыс. публикаций в соцсетях по хэштегу #зурхоккей (на 26% больше предыдущего сезона);
- более 3,5 млн просмотров видеоконтента клуба (на 57% больше предыдущего сезона);
- количество лайков пользовательского контента увеличилось на 49,6% (при росте UGC на 33,2%);
- общий Engagement rate клубного инстаграма вырос на 52,5%, вовлеченность в VK увеличилась в 2,17 раза.

сложный пост-продакшн, поскольку в видеоролике использовалось много 3D-графики. Параллельно с этой работой мы создавали уникальное видео-оформление для медиа-куба. Впервые мы «оживили» команду, вместо привычных заставок с фотографиями игроков мы сделали эмоциональные и эффективные видео-истории. Снимали всех игроков на «Уфа-Арене» три съемочные смены, в том числе и в ночное время, потому что в дневное лед занят. Образ каждого игрока мы досконально прорабатывали — характер, движения, грим, укладки, и снимали в трех разных декорациях. Это была огромная кропотливая работа в очень сжатые сроки со множеством участников и оргмоментов. Кроме того, у нас еще были другие клиенты, и ни про кого мы не забыли.

— За все время существования вашей студии вы успели поработать с более чем 200 клиентами из самых разных областей — нефтегазовой, строительной, финансовой, фармацевтической, спортивной,

благотворительной. С какими брендами связаны необычные воспоминания?

ВИТАЛИЙ НОВИКОВ:
— Уже пять лет мы работаем с венгерским ОТП Банком, одну из их последних крупных рекламных кампаний мы полностью отсняли в Уфе. Основным местом реализации кампании была Москва и Московская область, и наши уфимские актеры рассказали, насколько для них было необычно, когда их после узнавали в московском метро. Рекламный ролик из этой кампании, как нами и задумывалось, ушел в интернет и стал мемом, что дало дополнительный бесплатный охват. Так же вспоминается MasterCard, у которой есть своя престижная хоккейная награда, и один год церемонии награждения проводили в «Уфа-Арене». В реальном времени мы должны были вести трансляцию на медиа-кубе и в интернете, а после смонтировать финальный видеоролик. Сложность съемок заключалась в том, чтобы снять победителя во время награждения. Никто не знал,

кого будут награждать, известно было лишь то, в каком секторе это произойдет. Здесь ключевой была работа режиссера, оператора-постановщика и продюсера, которым важно было поймать в кадре настоящие неподдельные эмоции за доли секунд. В итоге получилось очень трогательное и живое видео, в котором мы полностью передали атмосферу и торжество момента. Руководители MasterCard отметили, что не ожидали найти в регионе подрядчика такого высокого уровня.

СТАС СТЕПАНОВ:
— Интересна история с группой компаний «Первый Трест», поскольку еще ни одна башкирская строительная компания не использовала в своем продвижении звезд федерального масштаба, а особенно такую звезду, как Николай Николаевич Дроздов, который с первого взгляда подкупает зрителя своей добротой и искренностью. Мы были первыми, кто сделал подобного рода кампанию от тонкого и правильного подбора звезды до создания рекламы на несколько сезонов. Кроме того, совсем недавно нам удалось очень быстро и практически удаленно снять актуальный ролик для «Третьего Треста». Съемки прошли в период самоизоляции, и на съемочной площадке были только актеры и оператор, а все остальные участники руководили процессом через Zoom — это был очень необычный опыт, доказывающий, что для нашей команды нет ничего невозможного даже тогда, когда, казалось бы, снимать совершенно невозможно.

— В этом году Tip-Top Team исполняется шесть лет. Какой была миссия в самом начале?

ВИТАЛИЙ НОВИКОВ:
— На старте мы задались целью снимать крутое видео, тем самым поднять уровень креатива и продакшена в родной Уфе. В то время, включая телевизор, ты сразу понимал, где реклама региональная. Для нас же эталоном были такие видеоролики, которые невозможно отличить от федеральных, и мы стали их делать. Примечательно, что наши первые всероссийские и международные награды мы получили за работы, сделанные именно для уфимских компаний. Таким образом, мы хотели внести на уфимский рынок совершенно иное видение того, каким должно быть рекламное производство, и сделали это.

— Что сейчас вами движет?

СТАС СТЕПАНОВ:
— Мы пошли дальше — начали двигать идеи. Главенство идеи в рекламе стало не столько нашим личным шагом, но и общей тенденцией развития многих бизнесов. Сейчас все, что относится к маркетингу, продвижению, рекламе и PR, должно вызывать эмоции — удивлять, умилять, смешить и вдохновлять, тогда это будет иметь коммерческий успех.

ВИТАЛИЙ НОВИКОВ:
— Когда клиент приходит к нам, мы придумываем для его бренда большую историю, которой он будет жить какое-то время, и на ней можно сделать любой вид рекламы и продвижения. Именно поэтому сейчас мы не только занимаемся видеопроизводством, но и разрабатываем рекламные концепции с идеей, слоганом, неймингом и дизайном.

ТОП-3 КАЧЕСТВА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО КРЕАТИВНОГО АГЕНТСТВА:

1. Двигаться вместе со временем.
2. Соответствовать запросу искушенного зрителя.
3. Не бояться использовать креативные ходы.

tiptopteam.ru
info@tiptopteam.ru
+7 (347) 26-66-759

HAVAL

HAVAL H9

ВРЕМЯ СИЛЬНЫХ

Цена от 2 695 000р.



Подробности уточняйте на atshaval.ru
Не является офертой

РЕКЛАМА

АО АВТОТЕХСЕРВИС
+7 (347) 287 55 00

Уфа, Б.Бикбая 2/2

СИМВОЛ

ЖИВИТЕ БИЗНЕС-КЛАССОМ

Квартир
становится
всё меньше,
**УСПЕЙТЕ
ВЫБРАТЬ СВОЮ!**



+7 (347) **200-13-12**
ЖК-СИМВОЛ.РФ

 **Жилстройинвест**

Застройщик ООО «ТСК «Дружба». Проектная декларация и подробная информация на сайте: jsi-invest.ru

РЕКЛАМА