

«В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ ФОРМЫ НУЖНО НАПОЛНЯТЬ КРАСОТОЙ И СМЫСЛОМ»

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР PLACEBO/25 СТАНИСЛАВ ПОПОВ ОТВЕЧАЕТ НА ВОПРОСЫ BG В ХОДЕ ПУТЕШЕСТВИЯ ПО АЛТАЮ. НА СЛЕДУЮЩИЙ ДЕНЬ ОН ВЕРНЕТСЯ К ПРИВЫЧНОМУ УКЛАДУ И БУДЕТ ДЕЛИТЬ РАБОЧЕЕ ВРЕМЯ МЕЖДУ ПЕТЕРБУРГСКИМ TEMPLE OF DEER, СТОЛИЧНЫМИ ПРОЕКТАМИ, АМСТЕРДАМОМ И ИНДОНЕЗИЙСКОЙ ФАБРИКОЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ МЕБЕЛИ: КАЖДЫЙ МЕСЯЦ У EVENT-КОМПАНИИ ПО 160 МЕРОПРИЯТИЙ. ПОДГОТОВИЛА НАТАЛЬЯ ЛАВРИНОВИЧ

BUSINESS GUIDE: Вы пишете на сайте: «Мы не афишируем своих имен, поскольку не обременены излишним тщеславием». Тем не менее какие-то вехи истории у вас есть?

СТАНИСЛАВ ПОПОВ: Мы начали с организации мероприятий на базе собственных пространств. Клиентский сервис пятизвездочного класса: аренда с дизайнерской и эксклюзивной мебелью, прокат светозвукового оборудования high-класса и гастрономия. Всегда готовили на своих площадках, не пуская на них кейтеринговые службы: гость ведь ассоциирует все с местом, где он находится, для нас важно сохранять бренд и его имидж, поэтому мы не можем рисковать. Работа внутри event-индустрии позволила собрать вокруг себя не только ивентов, но и архитекторов, управленцев и приступить к выполнению той задачи, над которой мы работаем сегодня: сформировать компанию с русскими корнями, которая будет создавать продукты будущего.

Тринадцать лет назад, когда я начинал заниматься ивентами, услуги перепродавали не с двадцатипроцентной наценкой, а умножали цены в десять раз. Наша задача была — выстроить прозрачную для всех деятельность. На удивление, мы были одними из первых, кто это сделал. Тогда визионерский подход аккумулировал вокруг нас единомышленников, людей прогрессивных взглядов. Поэтому после девелоперской и дизайнерской деятельности мы обратились к творчеству: задумали объединить вокруг себя интересных художников. Они продолжают диалог, который мы ведем, посредством творчества.

BG: Temple of Deer открылся в мае. Проект развивается теми темпами, на которые вы рассчитывали?

С. П.: Мы живем в современных реалиях. Последнее мероприятие, которое там прошло, было в июне. Концерты Pharaoh, ЛСП и остальные были отменены или перенесены. Но мы к такого рода историям относимся философски. Летом посещали европейские музыкальные фестивали, знакомились с крупными букинг-агентствами, планируя календарь 2022 года, так что смотрим в будущее.

BG: Вы русско-голландская компания. Что, помимо учредителей и инвестиций, в ней голландского?

С. П.: Мы очень сильно связаны с Нидерландами. Часть команды и инвесторов — голландцы. Которые, между прочим, верят в Россию! Я сам какое-то время жил в Амстердаме и Роттердаме. Там мы познакомились с голландскими дизайнерами, которые готовили для нас первые проекты. Амстердам — суперэстетичный город, очень прогрессивный с точки зре-



PLACEBO/25

ния ментальности и культуры. Кроме того, у нас есть фабрика мебели в Индонезии, а эта страна была голландской колонией. Управляющий фабрикой, кстати, потомок колонистов.

BG: Правильно ли я понимаю, что в течение года в Петербурге появится четыре проекта компании, учитывая существующие?

С. П.: Строго говоря, это всего два объекта. Один находится на Английском проспекте, 60А, — это ресторан Mr. Pinky с барбершопом. Там же будет отель Loft'el. А второй — Temple of Deer — редевелопмент завода «Арсенал», где довольно большие площади, 15 тыс. кв. м. Из них мы пока освоили 6 тыс., остальные подлежат реновации. Мы немного скорректировали планы в Санкт-Петербурге: все-таки есть еще проекты в Москве, и там нет ограничений.

BG: Важна ли для вас поддержка властей?

С. П.: Как минимум нам хотелось бы более плотно с ней взаимодействовать. В Москве нам выдали кредит в 12 млн рублей для зарплат сотрудникам. Учитывая объемы компании, это капля в море, но все равно поддержка. В Петербурге мы подаем заявки на проведение мероприятий, и на них просто не отвечают. Пока мы сфокусированы на развитии тех проектов, которые уже открыли в Северной столице.

BG: Сколько помещений в Loft Hall сейчас арендованы?

С. П.: В проекте на Арсенальной набережной — пять. У нас очень разные лофты, самый маленький — в Москве — на 2 тыс. кв. м. Петербургский называется Loft #7, сейчас этот проект привлекает большие частные корпоративные компании.

BG: В вашей марке мебели Asceti.ca какой предмет самый дорогой в эмоциональном плане, а какой — в монетарном?

С. П.: Мы не оцениваем ее с точки зрения продажной стоимости — для нас куда важнее кинестетика и раскрытие образа и истории, как это, например, происходит в ресторане Mr. Pinky. Если же говорить о цифрах, то аналоги мебели, которые поступают в Россию — пятиметровые столешницы из тика или махагони, — продают по миллиону рублей и больше. В следующем году мы планировали открыть первый магазин мебели в Москве, возможно, сделаем это и в Петербурге.

BG: Насколько деятельность компании зависит от сезона? И отразилась ли на этом пандемия?

С. П.: До пандемии сезонность была очень четкая: сентябрь-ноябрь — презентация новых продуктов, декабрь-январь — новогодние корпоративы, февраль-март-апрель — опять вывод новых продуктов, лето — период свадеб.

85% наших клиентов — маркетинг. Мы делали презентации новых моделей Bentley и BMW, все выходы на рынок продуктов Xiaomi, презентации игр, например, World of Tanks и «Умный дом», все банки являлись нашими клиентами, начиная от «Сбера» и заканчивая Альфа-банком. Мы проводим 140–160 мероприятий в месяц, даже сейчас в пандемийный период.

BG: Сколько у вас сотрудников?

С. П.: Если говорить обо всех 12 проектах, то число сотрудников доходит до тысячи. Мы обучаем и воспитываем их сами, этого требует необходимость поддерживать высокий сервис. К слову, количество персонала в современном мире — не главное достоинство, может быть, даже недостаток. Бывают таланты, когда один стоит десятых. Есть возможность автоматизировать рабочие процессы. Мы работаем

с личностями и стараемся максимально раскрыть потенциал каждой из них.

BG: Среди ваших вакансий — кибертренер по CS:GO с зарплатой в \$4 тыс. У вас все играют?

С. П.: Компании, добившиеся успеха в гейминге, являются одними из самых передовых. Это организации, построившие свои системы вокруг задачи — достичь определенного результата в короткий промежуток времени с конкретными персонажами. Есть такая компания Valve, держатель игр Counter-Strike, Half-Life, платформы Steam и других. У них очень интересная корпоративная культура — что-то мы заимствуем. А кибертренер нужен потому, что у нас, действительно, в штате есть люди, которые играют. Гейминг давно стал ролевой моделью внутрикорпоративных отношений. Многие современные IT-компании, такие как «Яндекс», русское отделение Google, «Самокат», Mail.ru Group, регулярно проводят соревнования по Counter-Strike. Мы даже вели короткие переговоры с Кириллом Boomb14 Михайловым, это один из участников команды NaVy, которая в этом году выиграла турниров больше чем на \$8 млн.

BG: Почему везде фигурирует голова оленя? Это ваш тотем?

С. П.: Я часто слышу этот вопрос, но хотел бы задать встречный: а что еще удивило ваш взгляд, что привлекло внимание? Вы можете узнать у меня любой секрет успеха наших продуктов и о любой точке на пути их становления, но спрашиваете об этом... В одном из рендеров будущих пространств дизайнер смело предложил использовать много голов оленей. Сначала это выглядело как китч, а потом мы превратили это в свою «фишку», наполнили внутренними смыслами: ветвистые рога демонстрируют благородство намерений. Это главная мысль Placebo/25: «Filled with meaning». В современном мире формы нужно наполнять красотой и смыслом.

BG: Среди ваших четырех офисов есть и Гуанчжоу.

С. П.: Мы производим большое количество мебели, текстиля и посуды — где-то по своим дизайнам, где-то по чужим, авторским. Сейчас очень сильно развивается именно китайский дизайн. Мы также очень многому научились в китайской культуре гостеприимства. Она, на мой взгляд, опережает европейскую. Про российскую я даже не говорю! Сейчас мы как раз путешествуем по Алтаю: здесь уникальная природа, все настолько красиво, но сервис...

Мы считаем, что люди крутые именно через те продукты, которые они создают, в том, как они влияют на окружающий мир. Конечно, мы не идеальны, и ошибки случались. Но мы учимся. ■