



Предпринимательский код Москвы

Предпринимательство – это особая форма творчества, где холст – город, а материал – идеи и решения. Московский бизнес сегодня не просто экономический феномен, а культурный код, определяющий характер столицы, ее ритм и эстетику. От камерных гастрономических пространств до огромных технологических кластеров – везде заметен почерк людей дела.

Сегодня отношения между городом и бизнесом открыли новую главу – осознанного партнерства и взаимного уважения. Мы благодарны каждому предпринимателю, чья энергия превращается в комфорт городской среды, инновационные сервисы и продукты, которые делают Москву узнаваемой на глобальной карте. Локальные бренды становятся культурными амбассадорами столицы, транслируя миру: здесь рождаются идеи, опережающие время.

Этот журнал – о вас. О тех, кто не боится рисковать, кто превращает вызовы в возможности, а идеи – в успешные бизнес-модели. О настоящих людях дела, формирующих облик столицы.



ГОРОДСКИЕ ЛЕГЕНДЫ

КЕМ БЫЛИ ПЕРВЫЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ МОСКВЫ

Московские купцы доводили иностранцев до отчаяния: сбивали цену вдвое, брали товар в долг. Их деловая хватка и оборотистость поражали Европу – и предвосхищали методы современных предпринимателей. Но как амбиции торгового сословия превратили Москву в имперский экономический центр и почему купеческое наследие до сих пор определяет русский бизнес-менталитет?

Текст: Наталья Севастьянова



Оборотистость и смекалка

Москва начала свое превращение в крупнейший в стране центр торговли еще в XV веке. Новгород и Псков угасали, и деловая жизнь быстро перемещалась в Первопрестольную. Столичный торговый люд был необычно пробивным и хватким.

Методы, которыми пользовались московские купцы, удивляли иностранных путешественников; мы сегодняшние вспомнили бы о нахрапистых турецких или китайских торговцах. «Покупая иностранные товары, они всегда понижают цену их наполовину, и этим ставят иностранных купцов в затруднение и недоумение, а некоторых доводят до отчаяния», – говорил о русском умении торговаться немецкий дипломат XVI века Сигизмунд Герберштейн.

Другой путешественник, Адам Олеарий, описывал удивительную практику: порой московские купцы продавали заграничные товары... дешевле, чем купили их сами. Хитрость была в том, что торговцы брали эти товары в долг, расплачиваясь с поставщиками через месяцы или даже годы. Получив барыши с продажи, торговцы вкладывали их в новые предприятия и в результате успевали превратить кажущийся убыток в прибыль.

Свои товары предприниматели раскладывали в самом центре города, прямо напротив Кремля. Здесь

размещались торговые ряды, организованные по тематическому признаку: Сукольный, Колокольный, Кафтанный и многие другие. Самые престижные – Верхние торговые ряды – располагались на месте современного ГУМа; тут продавали одежду, ювелирные изделия, оружие. На местах попроще бойко раскупали повседневные товары: хлеб, соль, рыбу, железо, кожу, воск. Сколачивать капитал купцам приходилось в непростых условиях: изначально государство не выделяло их из податного третьего сословия, ставя в один ряд не только с мастеровыми, но и с крепостными.

Петр Первый законодательно отделил торговцев от «подлых людей», создав купеческие гильдии. Однако дворяне еще долго по привычке смотрели на купцов свысока. Первый русский экономист-теоретик, автор знаменитого трактата «Книга о скудости и богатстве» (1724) Иван Посошков встал на защиту торгового люда: «Купечество в ничтожность повергать не надобно, понеже без купечества ни каковое, не токмо великое, но ни малое царство стояти не может. Купечество и воинству товарищ, воинство воюет, а купечество помогает и всякие потребности им уготовляет».

Для русских деловых людей торговля была не только способом сколотить состояние, но и социальным лифтом – возможностью выбраться из крестьян, в том числе крепостных. Успешные предприниматели могли подняться по социальной лестнице еще выше, полагаясь на свои достижения и связи.

Всё в семью

Выходцами из деревни было большинство русских промышленников, в том числе знаменитые Морозовы, Рябушинские, Коноваловы, Прохоровы и десятки других семей. Крестьянская жизнь трудная: то засуха, то голод, то мор, поэтому селяне славились суровым характером и умением не сдаваться ни при каких обстоятельствах.

Например, основатель знаменитой Городецкой суконной фабрики (столетие спустя, в 1920-е годы, переименованной в Тонкосуконную фабрику им. Свердлова) Иван Васильевич Четвериков в начале XIX века был известным торговцем. В 1812 году, во время наполеоновского нашествия, промышленник настолько не верил в то, что французский император завоюет древнюю столицу, что даже не стал вывозить товар.

Когда армия неприятеля заняла Москву, Верхние торговые ряды сперва были разграблены, а потом сожжены. Четвериков разорился, но сумел пережить поражение и даже вывел свой бизнес на но-

вый уровень: построил на Клязьме сукновальную мельницу, а затем и четырехэтажную каменную фабрику с прессом, который приводили в движение огромные водяные колеса.

Московский пожар 1812 года сыграл на руку еще одному промышленнику – Савве Морозову. Крепостной крестьянин из Зуева каждую неделю проходил пешком более 90 верст (около 100 км) – носил на продажу ленты и кружева, которые делали его земляки. Когда Москва начала восстанавливаться и город испытывал дефицит всего, включая одежду, Савва Васильевич освоил производство хлопковых тканей. Прибыль позволила ему выкупить у барина всю свою семью – отца, жену и четырех сыновей – за невероятную по тем временам сумму: 17 тыс. руб.

Еще одной яркой чертой московских предпринимателей была семейственность. Большинство промышленных предприятий еще в начале XX века принадлежали одним и тем же фамилиям, словно в Японии или Южной Корее. В России было принято, чтобы старшие члены купеческого рода обучали молодежь всему необходимому для успешного ведения торговли. Даже привлекая акционерный капитал, владельцы не выпускали управление из рук семьи. Пустить по ветру дело, доставшееся от отцов и дедов, считалось величайшим позором. Пресловутые традиционные ценности не были для предпринимателей пустым звуком – особенно если вспомнить, что значительная часть московских купеческих родов вышла из старообрядцев.

Промышленный патриотизм

В Москве не было необходимости в импортозамещении: например, если говорить о текстильной промышленности, то вплоть до Октябрьской революции лишь у небольшого числа фабрик имелись иностранные пайщики. И лишь в одной сфере – в производстве ниток – доминировал английский капитал.

А вот оборудование поначалу приходилось завозить из-за рубежа: в России его попросту не производили. Устраивая свою первую фабрику, знаменитую Никольскую мануфактуру, Савва Морозов поручил приобрести за границей самые современные прядильные машины и ткацкие станки. Это оказалось непростой задачей: англичане не желали пускать конкурентов на международный рынок. Не соглашались они и предоставить Морозову кредит на закупку техники где-то еще. Однако предприимчивый купец нашел хорошего агента, который сумел завязать деловые отношения с машиностроительными заводами Манчестера и получить от них монопольное право на импорт необходимого оборудования в Москву. Никольская мануфактура подала пример, и в течение нескольких лет все текс-

тильные фабрики в стране прошли модернизацию. В последующее столетие российская текстильная промышленность стала образцом для всей Европы. «Согласно мнению экспертов, некоторые русские мануфактуры – лучшие в мире, не только с точки зрения устройства и оборудования, но также в смысле организации и управления», – признавала газета «Таймс».

А вот для всей остальной страны импортозамещение к началу XX века превратилось в насущную проблему. Очень многие отрасли за пределами столицы оказались в руках иностранцев. И здесь московские промышленники показали себя настоящими патриотами. На рубеже XIX и XX веков Россия поставляла на мировой рынок четыре пятых всего льняного волокна. Однако экспортом занимались в основном зарубежные конторы. Решение проблемы предложили братья Рябушинские, в 1912 году основавшие Московский банк с крупным на тот момент капиталом в 10 млн руб. Они обратились к Сергею Третьякову, владельцу Новой костромской льняной мануфактуры: братья предложили промышленнику создать систему закупки сырья на основе филиалов своего банка, которые открывались во многих провинциальных городах.

Основанное крупнейшими текстильными фабрикантами Русское акционерное льнопромышленное общество сумело вернуть экспорт сырья в руки отечественных предпринимателей. Этот успешный опыт Рябушинские чуть позже повторили и в другой сфере. Две трети экспорта леса захватили европейские компании. Скупая лесозаготовочные предприятия, братья сумели отвоевать у иностранцев заметную часть рынка. Вполне возможно, что им удалось бы полностью вытеснить зарубежных конкурентов, если бы не Октябрьская революция.

Такого рода промышленный патриотизм на протяжении столетий оставался характерной чертой московских предпринимателей. Савва Тимофеевич Морозов, потомок и тезка основателя рода Морозовых, сформулировал цель своей жизни так: «Россия, благодаря своим естественным богатствам, благодаря исключительной сметливости своего населения, благодаря редкой выносливости своего рабочего, может и должна быть одной из первых по промышленности стран Европы».

Стремление к культуре

Многие купцы петровского и екатерининского времени за свои заслуги удостоились графских и баронских титулов: дворянами стали Строгановы, Демидовы, Турчаниновы. Однако позже процесс раздачи дворянских званий затормозился. Многие купцы-миллионщики, несмотря на огромные капиталы, чув-

Московские предприниматели во многом и создали ту страну, в которой мы сейчас живем. Наладив устойчивые торговые связи между регионами, построив десятки заводов и фабрик, они стимулировали развитие России.

ствовали себя в сословном обществе Российской империи ущемленными – и старались перещеголять аристократов если не древностью рода, то шиком. «В течение зимы, если говорят о каком-нибудь бале, поразившем всех роскошью и хлебосольством, то это будет купеческий, а не дворянский бал», – отмечал публицист XIX века Петр Боборыкин.

Впрочем, промышленники тратили деньги не только на балы, выезды и прочие развлечения. Московские купцы славились меценатством, финансировали строительство домов, музеев, больниц. Без них не было бы ни Третьяковской галереи, ни Бахрушинской больницы, ни Музея русских древностей Петра Щукина, ни легендарных московских зданий – особняков Морозова, братьев Абрикосовых, Коробковой. Любопытно, что здесь богатейшие предприниматели проявляли удивительную скромность, которую не раз отмечали современники. «Нажитое от общества должно быть возвращено обществу», – так объяснял свои баснословные пожертвования Павел Третьяков.

Константин Станиславский (настоящая фамилия – Алексеев) принадлежал к одному из самых почтенных и самых культурных московских купеческих родов. Из основанного им МХАТа вырос весь современный русский театр. Другой промышленник – Алексей Бахрушин, чья семья владела кожевенными предприятиями и банками, – создал в столице знаменитый Театральный музей. Многие выходцы из купеческих семей становились заметными литераторами. Интересный пример – Сергей Мамонов, новеллист, драматург, живописец. Его отец, железнодорожный магнат Савва Мамонов, сперва осуждал художественные опыты сына, призывая его заняться настоящим делом, однако изменил свое отношение после того, как сам разорился: деньги не навсегда, а искусствоечно.



Новый менталитет

До реформ Александра II главным способом освободиться от крепостной зависимости были поездки на заработки в Москву и другие крупные города – сперва выплачивая помещику оброк, а затем выкупая себя и свои семьи из зависимости. После отмены крепостного права формирование рабочего сословия ускорилося. Промышленность столицы быстро росла: бывший подневольный люд ехал сюда толпами. Уже в начале XX века из общего торгово-промышленного оборота европейской части России – 9,7 млрд руб. в год – на долю Московской губернии приходилась почти четверть, 2,1 млрд.

Как только ни критиковали русских предпринимателей и правые, и левые! «Тысячи полторы-две фабричных работают без отдыха в нездоровой обстановке, делая плохой ситец, живут впроголодь и только изредка в кабаке отрезвляются от этого кошмара», – писал Чехов. Консерваторы тоже нападали на московских миллионщиков: мол, отрывают народ от привычного образа жизни – хлебопашества, которое изображали в самых пасторальных тонах. И те и другие забывали о главном: благодаря индустриализации страны тысячи людей получили возможность улучшить свой уровень жизни. Второе поколение рабочих, как правило, уже умело читать и часто выбивалось в разночинцы.

Московские предприниматели во многом и создали ту страну, в которой мы сейчас живем. Наладив устойчивые торговые связи между регионами, построив десятки заводов и фабрик, они стимулировали развитие России. В периоды военных конфликтов и экономических кризисов промышленники нередко предоставляли государству кредиты, закупали оружие и продовольствие.

ОЛЬГА АБДУЛЛИНА

Владелица кафе «Веселая Черепашка»

ООО «Эфос» – доставка домашней еды для дома, офиса и дачи

“

Важно не бояться трудностей и работать в команде, активно искать возможности для обучения и поддержки.

История нашего бизнеса началась 11 лет назад, когда я решила организовать небольшое кафе для сотрудников. Ранее я занималась строительным бизнесом, и это было неожиданным поворотом в моей карьере.

Наше кафе находится на стыке между обычным кафе и фабрикой-кухней, это позволяет нам сохранять высокое качество и отличный вкус без использования консервантов. Мы применяем технологии, характерные для фабрик-кухонь, что дает нам возможность предлагать надежные и вкусные блюда. Московская среда способствует развитию, здесь много возможностей для обучения и поддержки бизнеса.

Переломным моментом оказалось участие в фуд-акселераторе от МСП. Мы начали работать над автоматизацией системы учета и продаж, что повысило эффективность бизнеса. Стали больше внимания уделять маркетингу и работе с клиентами, это помогло нам лучше понимать их потребности. Мы прошли бесплатное обучение от «Малого бизнеса

Москвы», что предоставило нам ресурсы и знания, необходимые для принятия обоснованных решений. Мы и сейчас продолжаем обращаться в организацию, есть вдруг возникают вопросы по развитию проекта. Кроме того, от специалистов МБМ узнали о различных грантах и получили один из них. Благодаря этому смогли открыть второе кафе и начать масштабирование.

Инфраструктура Москвы, включая доступ к поставщикам и логистике, также очень комфортна для нас. Все это создает поддерживающую среду для роста и развития бизнеса.

Я верю, что командная работа и открытость новым идеям – ключ к успешному развитию бизнеса. В ближайшие три-пять лет мы планируем продолжать масштабирование, открывая новые точки и улучшая наши процессы. Городские инициативы, такие как гранты и обучающие программы, будут играть важную роль в нашем развитии, предоставляя необходимые ресурсы и поддержку для достижения новых высот.

Меры поддержки

Грант для предприятий общественного питания.



ВИТАЛИЙ КАРЛОВ

Индивидуальный предприниматель

В августе 2024 года открыл по франшизе магазин кондитерской «Особенный Наполеон» в Чертаново

“

Сейчас идеальное время для старта – есть множество программ поддержки. Лучше жалеть о неудаче, чем о том, что не попробовал.

Мой предпринимательский путь начался в 2007-2008 годах с решения работать только на себя. Я пробовал разные направления, но последние 10 лет занимался логистикой в труднодоступные регионы. А затем в нашей жизни появился «Особенный Наполеон».

История магазина началась с того, что мы с супругой – многолетние родители – попробовали эти десерты. Нас впечатлило качество и то, что за бизнесом стоит такая же семья, как наша, которая с душой печет торты и десерты по старинным рецептам.

Когда кондитерская предложила открыть франшизу, решили попробовать. В августе прошлого года запустили точку в ТЦ «Глобал сити». Я уверен: главное – делать свое дело с душой, будь то кладка кирпичей или продажа тортов. Мой опыт показывает – взлеты и падения неизбежны, но настойчивость всегда дает результат.

Москва поддерживает нас. Участвовали в акции «Зима в городе», подали заявку на участие в программе «Лето в городе», дважды пользова-

лись услугами фотографа от правительства Москвы – это реальная экономия для начинающего бизнеса. Супруга сейчас проходит обучающие программы.

Главный козырь «Особенного Наполеона» – это качество. Наши десерты изготавливаются только из натуральных ингредиентов, без красителей и пищевых добавок. В магазине мы создали уютную атмосферу – за чашкой кофе или чая с любимым десертом из ассортимента «Особенного Наполеона» можно почитать русскую классику. Люди такое ценят.

Один из наших самых удачных проектов – мастер-классы для детей по сборке торта «Наполеон». Ребята сами создают десерты из готовых коржей и крема, украшают их ягодой и шоколадом, узнают историю торта.

В планах – расширение ассортимента и, возможно, открытие новых точек. Главное – продолжать нести людям радость через вкусные и качественные десерты. Ведь когда любишь то, что делаешь, это чувствуют и покупатели.

Меры поддержки

Участие в офлайн-мероприятиях и информационная поддержка
Профессиональное обучение.



ПАВЕЛ ФЕДОРОВ

Генеральный директор и основатель
ООО «Вит Медикал»

Производство вакуум-инстилляционных систем лечения ран

“

Создавать продукты не ради денег, а для реальной эффективности. Когда во главе угла польза для пациента, коммерческий успех приходит сам.

Моя история началась с осознания серьезной проблемы в российской медицине: врачи были вынуждены работать с устаревшим оборудованием, а передовые технологии оставались недоступными. Это вдохновило меня на создание компании, которая разрабатывает инновационные вакуум-инстилляционные аппараты, превосходящие традиционные перевязочные средства по эффективности в три-четыре раза.

Наши разработки не просто конкурируют с лучшими зарубежными аналогами – они предлагают принципиально новые возможности. Мы создали систему, которая не только формирует вакуум в ране, но и позволяет подавать лекарственные растворы по индивидуальному алгоритму, заданному врачом. Наша линейка продуктов охватывает весь спектр потребностей, от операционных до амбулаторного лечения, что дает пациентам возможность получать высококвалифицированную помощь без ежедневных визитов в клинику.

Особое внимание мы уделяем развитию технологической платформы для внестационарного лечения. Наша система идеально вписывается

в концепцию телемедицины, так как позволяет значительно сократить необходимость в постоянном присутствии врача. Встроенные датчики обеспечивают дистанционный мониторинг процесса заживления, а создаваемая вакуумом среда идеально подходит для применения современных биodeградируемых покрытий.

Переломный момент для нас наступил весной 2022 года, когда многие зарубежные производители покинули российский рынок. Внезапно оказалось, что наши разработки – это не просто альтернатива, а зачастую более совершенное решение.

Москва предоставила нам серьезную поддержку: льготные условия в технопарке «Мосмедпарк», субсидии на разработки, участие в выставках. Особенно ценным стало сотрудничество с московскими клиниками, где мы тестировали и совершенствовали наши аппараты.

Начинающим предпринимателям я советую не бояться делать первый шаг. В Москве для старта есть все возможности – от акселерационных программ до доступа к лучшим специалистам.

Меры поддержки

Субсидии на разработку, льготные условия аренды и участие в онлайн-мероприятиях.



ЕЛЕНА ПОСТНОВА, ГЕОРГИЙ ПУЛЬКИН

Основатели бренда «Трюфелиссимо»

Крафтовая мастерская, специализирующаяся на изготовлении шоколада и шоколадных изделий

“

Все, что не делается, – не делается, а все, что делается, – к лучшему.

Елена: Все началось с моего бунта против обыденности. Меня не устраивал шоколад на полках магазинов. Я мечтала создать свой продукт – честный, живой, с душой. Подбирала какао-бобы, смешивала рецепты в домашней мастерской. Такой поиск философского камня в мире шоколада!

Поворотный момент случился, когда ко мне присоединился будущий партнер. Он скептически относился к сладостям, но однажды попробовал – и это стало для него открытием. Сначала он сказал: «Я хочу знать об этом все!» – а потом: «Это должны попробовать все!»

«Трюфелиссимо» производит шоколад из какао-бобов fino de aroma – категории, которая считается эталоном для гурманов. Для максимального сохранения вкуса у нас полностью исключены рафинированный сахар и животные жиры – они заменены высококачественными растительными ингредиентами. Это делает нашу продукцию привлекательной для сторонников здорового питания.

Мы двукратные победители премии «Шоколад года» (2024–2025) в номинациях «Белый шоколад», «Шоколад с добавками» и двукратные призеры в номинациях «Молочный шоколад»,

«Шоколад с добавками». Москва сочетает рыночный потенциал, инфраструктурные преимущества и креативную среду, что делает ее идеальной площадкой для премиального шоколадного бизнеса. Покупатели здесь готовы платить за эксклюзивные и натуральные продукты.

Георгий: Мы активные участники проекта «Сделано в Москве». То, что проект оказывает такую поддержку на безвозмездной основе, позволяет экономить значительные средства, перераспределяя их на другие направления, и развиваться быстрее и эффективнее.

Елена: Обязательно присоединитесь к проекту «Сделано в Москве», ведь кроме инструментов поддержки у него есть обширное и очень отзывчивое комьюнити опытных предпринимателей из всевозможных сфер бизнеса, которые могут помочь советом или полезным контактом.

Георгий: В ближайшие три-пять лет планируем масштабирование производства в пять-семь раз, а также расширение географии поставок. Городские инициативы, направленные на продвижение московского бизнеса на зарубежных рынках, будут нам в помощь.

Меры поддержки

Участие в онлайн-мероприятиях, информационная поддержка.



АННА БЕРСЕНЕВА

Сооснователь бренда KICK

ООО «Производственная компания "Фуд Рев"» – шоколадные батончики с чистым растительным составом

“

Хочется, чтобы за стартапами стояли люди, которым важно что-то большее, чем просто математика цифр и финансовый результат.

Бренд полезных шоколадных батончиков KICK YOUR ENERGY был создан в 2017 году энтузиастами, которые мечтали развивать культуру заботы о себе через правильное питание.

Один из сооснователей бренда – Анна Берсенева, нутрициолог и специалист по ЗОЖ. Именно на кухне у Анны благодаря поддержке ее друзей – испанских поваров, кондитеров и шоколатье появились первые батончики, ставшие полезной альтернативой сладким снекам и адаптированные под запросы спортсменов, людей, ведущих здоровый образ жизни, и веганов.

Затем началась история развития кофейни здорового питания 42 Coffee Shop на Малой Бронной. Участие в выставках принесло первых клиентов. Это послужило стимулом для запуска полноценного производства и работы с небольшими магазинами здорового питания, а затем и с крупными розничными сетями. За последние пять лет компания вышла на уровень ежегодного 20%-ого увеличения объема выпускаемой продукции, в 10 раз расширила ассортимент.

Продукция KICK максимально близка по своим вкусовым характеристикам к популярным сладостям, при этом не содержит рафиниро-

ванного сахара, продуктов животного происхождения, искусственных красителей и консервантов. Потребитель хочет понимать, что он покупает, поэтому важно не обмануть доверие, сохранив конкурентоспособность продукта.

В Москве активно продвигают проекты, связанные со здоровым образом жизни и долголетием, осуществляется поддержка брендов отечественного производства. Продукция KICK присутствует в шоурумах локальных брендов «Сделано в Москве», компания готовится участвовать в проекте «Лето в Москве».

Интерес к осознанному питанию и активному образу жизни растет с каждым годом, что говорит о большом потенциале и емкости рынка ЗОЖ-продуктов в России и за рубежом.

Сотрудничество с такими проектами, как МЭЦ, РЭЦ, «Сделано в Москве», поддержка Департамента предпринимательства и инновационного развития позволили компании выйти на рынки стран СНГ и двух крупных провинций КНР и закрепиться там. На сегодняшний день налажен экспорт в Беларусь, Казахстан, Киргизию, Узбекистан, Армению, Абхазию, Молдову. Идет тесное общение с компаниями из стран Ближнего Востока.

Меры поддержки

Международное продвижение бизнеса.



ЭМИЛЬ СУНАГАТУЛЛИН

Генеральный директор ООО «Умные Напитки»
(Drinks Factory или «Фабрика Напитков»)

“

**Никогда не вешать нос,
мыслить позитивно
в любой ситуации.**

Наша история – пример того, как кризис может стать возможностью. Мой партнер Денис Ковалев с 2013 года варил крафтовое пиво, но в 2020 году сделал резкий поворот – перепрофилировал производство на безалкогольные напитки. А я в это время крутился в маркетинге, продвигал фитнес-бренды и здоровое питание. Когда мы познакомились, сразу поняли: вместе сможем создать что-то действительно стоящее.

Мы разделили зоны ответственности по принципу «каждый делает то, что умеет лучше всего». Денис – наш технолог и производственник, он отвечает за все, что происходит на заводе, от разработки рецептур до контроля качества. Я же взял на себя коммерческую часть – продажи, маркетинг, привлечение инвестиций. Такой тандем оказался идеальным: Денис создает потрясающий продукт, а я нахожу ему покупателей.

Наш главный принцип – делать не просто вкусные, а по-настоящему полезные напитки. Мы видим, как люди сегодня страдают от дефицита микроэлементов при постоянно растущих нагрузках. При этом еда становится все более «пустой». Вот мы и решили: почему бы не дать людям удобный способ получать полезные вещества? В жидком виде они усваиваются на 30–40% лучше!

Так появились наши три основных бренда. Potion – это функциональные напитки без са-

хара с повышенным содержанием витаминов и минералов. «Свитамины» – лимонады для детей, обогащенные всем необходимым для растущего организма. И «Лимонарды» – премиальная линейка на 100%-ных свежесжатых соках без единого грамма сахара или консервантов. Мы буквально выдавливаем сок из лимонов и лаймов, добавляем травы – получается вкусно и полезно.

Москва нам очень помогает. Благодаря Московскому экспортному центру мы уже поставляем продукцию в Казахстан и ОАЭ, готовимся к выходу на китайский рынок. Участвовали в бизнес-миссиях в Дубай и Вьетнам – это бесценный опыт. «Академия инноваторов» помогла нам найти инвесторов, программа «Сделано в Москве» – продвигать бренды.

Особая гордость – выход в «Перекресток». Это был настоящий вызов, но мы пробились! Сейчас работаем над расширением присутствия в других сетях. Параллельно разрабатываем 20 новых рецептур – от напитков против железодефицита до специальных формул для детокса и поддержки печени. Все наши разработки мы патентуем – это важно.

Мой главный совет предпринимателям: ищите невыдуманные боли. Когда ваш продукт реально решает проблемы людей – это дорогого стоит. Сейчас планируем масштабировать производство, хотим, чтобы полезные напитки стали доступны каждому.

Меры поддержки

Международное продвижение бизнеса, обучение в акселераторе.



«СДЕЛАНО В МОСКВЕ»

КАК ПРОЕКТ СТАЛ ДРАЙВЕРОМ ЭКОНОМИКИ СТОЛИЦЫ

Последние несколько лет оказались периодом турбулентности не только для бизнеса, но и для СМИ и рекламы. Многие компании столкнулись с сокращением бюджетов на маркетинг и пиар. В ответ на запрос предпринимателей о поддержке Правительство Москвы в 2022 году запустило проект «Сделано в Москве». Он предложил брендам каналы продвижения через участие в выставках, присутствие на крупных маркетплейсах, объединение под зарегистрированным товарным знаком и другие инструменты поддержки. О том, как это работает, – в нашем материале.



От стартапа до признанного бренда

Проект, курируемый Департаментом предпринимательства и инновационного развития Москвы, изначально был нацелен на решение двух задач: повышение узнаваемости и рост продаж. Однако за два года «Сделано в Москве» масштабировался в полноценную экосистему для развития малого и среднего бизнеса.

Сегодня проект не просто помогает компаниям заявить о себе – он стал ответом на новые экономические вызовы и одновременно инструментом для реализации потенциала столичных производителей. То, что еще недавно казалось сложным, – выход на крупные маркетплейсы, участие в серьезных отраслевых выставках или появление на полках сетевых магазинов – теперь доступно любому амбициозному предпринимателю из Москвы.

Впечатляют и финансовые показатели: так, по итогам 2024 года благодаря проекту бизнесмены смогли продать товаров на сумму свыше 1 млрд руб. Примечательно распределение каналов сбыта: 60% продукции реализуется через онлайн-площадки, в то время как 40% приходится на традиционные офлайн-каналы.

Цифровая витрина и реальные магазины

Одним из ключевых инструментов проекта стал онлайн-шоурум «Сделано в Москве» – платформа, где представлено более 34 тыс. товарных позиций от московских производителей. Ассортимент самый разнообразный – от модной одежды и аксессуаров до высокотехнологичной бытовой техники и автомобилей.

Помимо собственной площадки проект обеспечивает присутствие московских компаний на ведущих маркетплейсах страны через специальные брендовые витрины. Это позволяет столичным предпринимателям масштабировать бизнес без значительных затрат на маркетинг и логистику.

Февраль 2024 года ознаменовался важной вехой в развитии проекта – открытием первого флагманского офлайн-магазина «Сделано в Москве» в инновационном кластере «Ломоносов», в декабре первых покупателей приняли еще четыре магазина в Районных центрах «Место встречи».

Для многих участников проекта именно физическая точка продаж стала тем самым недостающим звеном в цепочке развития бизнеса. Открытие собственного магазина для начинающего предпринимателя – это колоссальные инвестиции и риски. Возможность представить свою продукцию во флагманском магазине без серьезных затрат – существенный вклад в развитие московских брендов.



Без входного барьера

Примечательная особенность проекта – его доступность для предпринимателей разного масштаба. Участие в «Сделано в Москве» полностью бесплатное для самозанятых, индивидуальных предпринимателей и юридических лиц. Единственное условие – соответствие базовым требованиям проекта. Процедура подачи заявки максимально оптимизирована, бизнесменам нужно лишь предоставить необходимую документацию.

Ключевыми критериями оценки выступают:

- ✓ наличие полного или частичного производства на территории столицы;
- ✓ регистрация бизнеса в Москве минимум на полгода с постановкой на учет в налоговых органах;
- ✓ качество и безопасность продукции, соответствие российскому законодательству;
- ✓ наличие прав на используемые товарные знаки;
- ✓ присутствие в онлайн-каналах продаж;
- ✓ отсутствие в ассортименте запрещенных категорий товаров.

Заявки рассматриваются в течение 30 рабочих дней, что позволяет предпринимателям оперативно включиться в программу и начать пользоваться ее преимуществами.

“

То, что еще недавно казалось сложным, – выход на крупные маркетплейсы, участие в серьезных отраслевых выставках или появление на полках сетевых магазинов – теперь доступно любому амбициозному предпринимателю из Москвы.

На всех уровнях

Участники проекта получают доступ к многоуровневой системе поддержки. В первую очередь это бесплатное продвижение на крупных маркетплейсах с помощью бонусных баллов (до 60 тыс.), позволяющее повысить видимость товаров и увеличить продажи.

Существенное преимущество – возможность размещения карточек товаров в онлайн-шоуруме с аудиторией более 4,2 млн пользователей. Для более эффективной презентации продукции проект предоставляет услуги по созданию профессионального фото- и видеоконтента.

Немаловажный аспект – право использования зарегистрированного товарного знака «Сделано в Москве», который уже успел стать своеобразным знаком качества для потребителей. «Участие в программе не только маркетинговый инструмент – это уже признак доверия», – отмечают предприниматели.

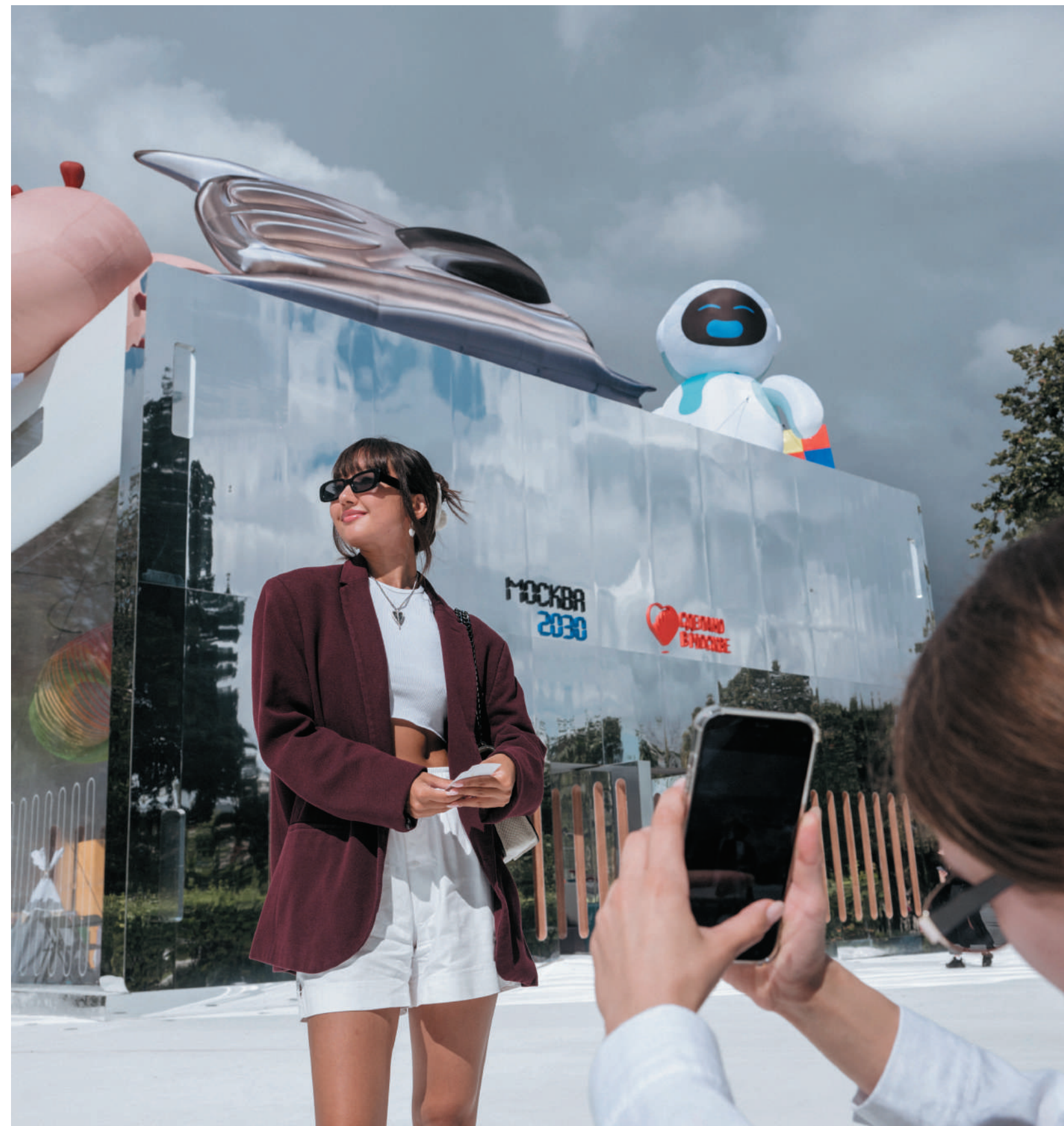
Не просто поддержка

Проект «Сделано в Москве» выходит далеко за рамки традиционных форматов поддержки бизнеса. Регулярные маркеты и ярмарки собирают сотни локальных брендов и дополняются насыщенной программой: мастер-классами, спортивными тренировками, дегустациями и розыгрышами призов. Такой подход позволяет московским брендам создать круг лояльных покупателей и привлечь внимание широкой аудитории. В топовых туристических локациях столицы – на Болотной площади, Цветном бульваре и в Москва-Сити – расположены летние арт-павильоны, еще один формат продвижения.

Интеграция в крупные городские события – от Московского полумарафона до Московской недели интерьера и дизайна – обеспечивает брендам выход на новые аудитории. Одновременно с этим программа активно развивает социальное направление.

За два года существования проект «Сделано в Москве» превратился в полноценную инфраструктуру для развития столичного предпринимательства. Соединяя традиционные и инновационные инструменты продвижения, она создает уникальную среду для роста локальных брендов.

В условиях трансформации рынка именно такие комплексные меры поддержки становятся решающим фактором успеха. Проект не просто помогает бизнесу адаптироваться к сегодняшним экономическим реалиям – он формирует новую модель сотрудничества власти и бизнеса, основанную на партнерстве и взаимной заинтересованности в результате.



МИКАЭЛЬ АЛИЕВ

Директор по развитию НИИ «ООО Профи.био»

Разработка биотехнологических решений по получению материалов и ингредиентов, используемых при производстве пищевой продукции

“

Надо понять, какой личный багаж знаний и опыта ключевой для успеха в стартапе. Затем создать команду и начать двигаться к цели.

Идеи технологического прогресса в производстве продуктов питания, стремление объединить научные изыскания, прикладные технологии и опыт, желание создать что-то действительно новое – все это вдохновило на создание частного научно-исследовательского института «Профи.Био».

Совместная работа с производственной компанией «Профессиональные Биотехнологии» позволяет внедрять полученные знания в практику. Сегодня наши разработки представлены под брендами крупнейших игроков рынка.

Мой ключевой принцип – сосредоточенность на инновациях и высочайшем уровне качества, подкрепленная чувством ответственности за конечный результат. Данный подход находит отражение в строгом выборе партнеров-поставщиков, непрерывном мониторинге каждого этапа производственного процесса и непрекращающемся стремлении к идеальному результату.

Самым ярким успехом последнего года стал вывод на рынок собственных разработок в области альгинатных покрытий. Полностью

съедобные оболочки для мясных продуктов уменьшают экологический ущерб от применения пластика.

Биотехнология объявлена отраслью приоритетного развития в России, а Москва – центр научной деятельности в этом направлении. Только в столице мы можем полноценно реализовать свой потенциал. Москва дает нам возможность сотрудничества с передовыми научными центрами в области пищевой инженерии, химии и биотехнологий, лидерами образовательных центров.

Мы отмечаем существенное развитие инфраструктуры, которая позволяет нам улучшать коммуникации с клиентами, получать доступ к лучшим трудовым ресурсам России.

В развитии нам помогают МИК и инновационный центр «Сколково», резидентом которого мы являемся. Вот уже третий год мы получаем субсидии, которые позволяют нам инвестировать в исследовательское оборудование. Компания расширяет горизонт поставок за рубеж, наращивает научный потенциал при поддержке РЭЦ, МИК и Правительства Москвы.

Меры поддержки

Гранты за патентование изобретений и полезных моделей в РФ и на приобретение оборудования.



АЛЕКСАНДРА ДЕМЧЕНКО

Директор сыроварни
«Итальянские традиции»

“

Ищите свою нишу, но думайте на перспективу. Делайте ставку на качество: будущее за натуральными продуктами.

Все началось с поставок итальянского оборудования для сыроварения в 2009 году. Тогда мы и представить не могли, что через несколько лет будем делать собственные сыры. Сначала просто обучали клиентов – привозили технологов из Италии, проводили мастер-классы. Но в 2013 году созрела идея: а почему бы не создать эталонное производство? Так в 2014 году появилась наша первая сыроварня – небольшая, почти демонстрационная. Начинали со 100 литров молока в день, а сейчас перерабатываем около 10 тонн – в сто раз больше.

Переломный момент наступил в 2017–2018 годах, когда арендаторы поставили ультиматум: либо расширяемся в 10 раз, либо освобождаем помещение. Было страшно, но мы начали масштабировать производство. Тогда это казалось огромным риском, но сейчас понимаем: именно это решение вывело нас на новый уровень.

В этом году впервые воспользовались поддержкой Москвы – получили грант на оборудование для производства бурраты. Этот станок стал для нас настоящим прорывом. Мы увеличили выпуск бурраты в восемь раз!

Теперь можем обеспечивать больше ресторанов, причем доставляем сыр в день производства – это наше ключевое конкурентное преимущество.

Что делает наши сыры особенными? Во-первых, уникальная для России широта ассортимента – от свежих моцареллы и бурраты до выдержанных сыров с благородной плесенью. Большинство сыроварен специализируются на чем-то одном, а мы делаем все – это как собрать идеальную сырную тарелку из собственной продукции. Во-вторых, строгий контроль качества: наши сыры должны быть достойны того, чтобы их ели наши дети. Никаких консервантов, только натуральные ингредиенты и традиционные технологии.

С одной стороны, столица дает огромный рынок сбыта – здесь сосредоточена основная часть наших клиентов, лучшие рестораны. С другой – растущие арендные ставки, проблемы с логистикой. Получаем огромные штрафы за разгрузку у ресторанов в центре: у многих просто нет оборудованных зон. Хотелось бы, чтобы город больше поддерживал производителей продуктов питания в этом вопросе.

Меры поддержки

Грант на приобретение оборудования.



ДМИТРИЙ МАКСИМОВ

**Генеральный директор ООО MadaMT
и Eva Grunvald**

Производство женской одежды, полный цикл
от разработки моделей до продажи

“

Не откладывать, делать здесь и сейчас.

История бренда MadaMT началась с разочарования в качестве. Основательница компании Татьяна Павловна Батуева, занимавшаяся оптовой торговлей одеждой из Беларуси и Китая, к началу 2000-х поняла: импортные вещи часто не выдерживают критики. Поездки на белорусские фабрики подтолкнули к смелому решению – запустить собственное производство. Так в 2005 году появились компания и бренд, который вот уже 20 лет задает стандарты в своей нише.

Наш секрет – в деталях. В отличие от многих конкурентов, мы шьем только из натуральных тканей – хлопка, льна, шерсти, вискозы. Но главное ноу-хау – уникальная система кроя.

Мы первыми в России разработали технологию, при которой платья 42-го и 56-го размеров сидят на фигуре одинаково безупречно. Для этого мы создаем две отдельные конструкции, учитывающие все нюансы телосложения. Сложные многошовные модели, продуманные линии кроя – все это помогает подчеркнуть достоинства и скрыть то, что женщина хочет оставить незаметным.

Москва дала нам инструменты для роста. Грант на пополнение оборотных средств от

правительства города помог запустить второй бренд – премиальную марку Eva Grunvald. Сейчас регистрируем ее на международном уровне.

А еще столица неожиданно помогла освободившимся торговыми площадями. После ухода иностранных брендов в 2022 году появились мультибрендовые универмаги – идеальные площадки для локальных производителей вроде нас.

Совет новичкам? Считайте каждый шаг, но не бойтесь трудностей. Если не останавливаться, рано или поздно вас ждет награда.

Кредо основателя – «Не откладывать, делать здесь и сейчас». В кризис двигаться нужно вдвое активнее – именно так завоевывают новые рынки. И пробовать невероятное: самые утопичные идеи часто становятся прорывными.

Яркий успех года – запуск марки Eva Grunvald. Без гранта Москвы этот шаг потребовал бы многих лет подготовки. А главное – мы научились предугадывать желания клиентов задолго до того, как они сами их осознают. Это и есть наш главный секрет за 20 лет в моде.

Меры поддержки

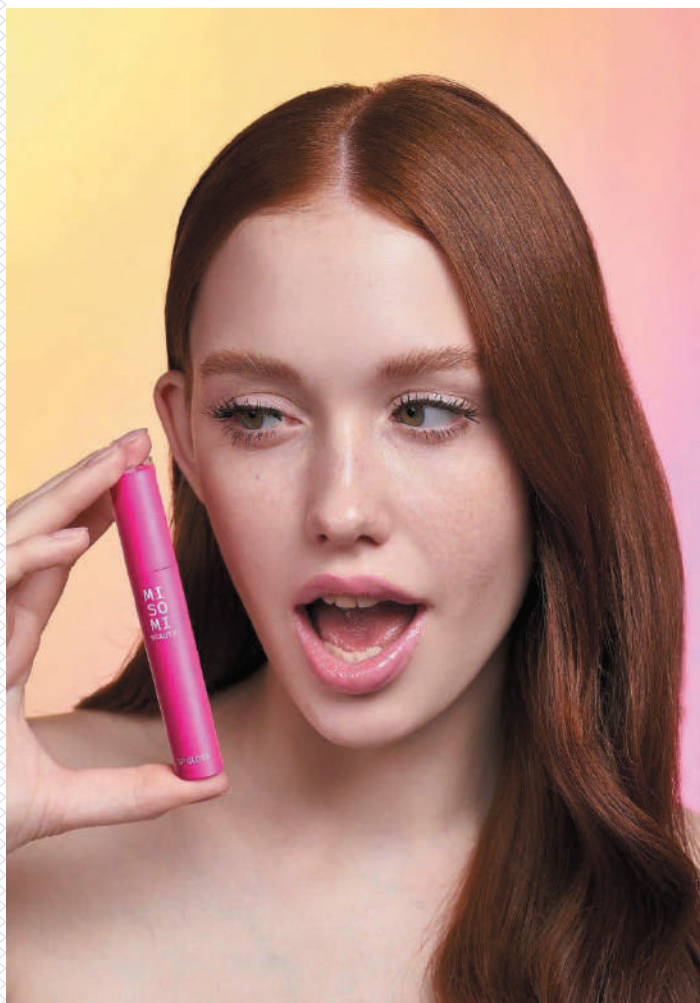
Грант на компенсацию процентов по кредитам на развитие деятельности.



MISOMI BEAUTY

Вдохновленные кино

Созданная в 2024 году режиссером Марией Сурае марка Misomi Beauty объединяет любовь к киноискусству и бьюти-индустрии. Главные ценности компании – естественность, амбициозность и яркий характер. Уже в 2025 году Misomi Beauty стал единственным российским косметическим брендом, представленным в Ливане. Он напоминает о ценности индивидуальности, а входящие в линейку средства позволяют подчеркнуть естественную красоту.



ICE PROFESSIONAL

Профессиональный уход с характером

Молодой бренд ICE Professional by Natura Siberica, появившийся на рынке в 2021 году, сочетает инновационные технологии с мощью сибирских трав. Специализируясь на средствах для ухода, укладки и окрашивания волос, бренд завоевал популярность как в профессиональном сегменте, так и у поклонников домашнего ухода. Вся продукция является веганской. ICE Professional активно участвует в международных выставках, сотрудничает с топ-стилистами, включая Дениса Шефеля и Евгения Жука, и выступает спонсором модных мероприятий.



VITAL ORAL CARE

Экспертная забота о здоровье полости рта

Создавая собственную производственную базу в Москве, компания разработала три основные линейки для ухода за полостью рта: VOC Active для профилактики и лечения воспалений, VOC Kids для детей и VOC Daily для ежедневного ухода. За несколько лет, с 2019 до 2024 года, ассортимент расширился до 35 наименований. Продукция отличается запатентованными формулами, экономичностью расходования и современным дизайном. Основатель бренда, имеющий опыт работы в стоматологии, делает акцент на безопасность и эффективность решений для всей семьи.



KISY

Осознанная забота о себе

Бренд KISY родился в 2022 году из личной потребности основательницы Ани Ишук: она не смогла найти идеальную маску для волос, поэтому создала собственную. Первый продукт появился в онлайн-продаже в апреле 2023 года, к сегодняшнему дню линейка превратилась в полноценную коллекцию уходовых средств. KISY предлагает тщательно продуманные формулы для ежедневного ритуала заботы – от скрабов и баттеров для тела до профессиональных шампуней и деликатной декоративной косметики. Особый акцент бренд делает на психологическом комфорте: каждая упаковка и текстура созданы с идеей «я у себя самая ценная».

CLIMTCOSMETICS

Косметика для естественной красоты

Московский бренд декоративной косметики, основанный в 2022 году Александром Сошиловым и Алексеем Чудаковым, с первых дней делает ставку на исследование аудитории: начав с линейки из 6 тонов универсальных тинтов, к 2024 году бренд расширился до 10 категорий и 32 продуктов. «Философия бренда – в поддержании натуральной красоты. Легкие текстуры и продуманные оттенки подчеркивают достоинства», – отмечает Чудаков. Продукты созданы для тех, кто ценит комфорт: стойкие формулы легко наносятся и смываются без специальных средств.





MASTERSUIT Идеальный мужской костюм

Начав в 1997 году с индивидуального пошива классических мужских костюмов, модный дом Mastersuit эволюционировал в полноценный бренд, создающий коллекции как мужской, так и женской одежды. В основе философии бренда – исключительное качество материалов: итальянские и английские ткани премиального сегмента от всемирно известных производителей. Сегодня ассортимент Mastersuit включает не только костюмную классику, но и casual-направление, дополненное линейками обуви и аксессуаров, что позволяет сформировать полноценный гардероб для самых разных ситуаций.

KUCHUGOVA Эксклюзивность как философия

Именной бренд Анастасии Кучуговой, основанный в 2003 году, сделал ставку на индивидуальность и эксклюзивность. Выпускница «Лаборатории моды Славы Зайцева», отмеченная многочисленными профессиональными наградами, создала марку, которая регулярно представляет свои коллекции на Неделях моды в Москве и за рубежом – от Китая до ОАЭ. Собственное производство позволяет KUCHUGOVA избегать массовости, концентрируясь на дизайне и качестве премиальных тканей. Все изделия имеют индивидуальный крой и отшиваются в единичных экземплярах, что позволяет покупательницам подчеркнуть свою неповторимость.

LOOM BY RODINA Диалог традиций и современности

Московский бренд женской одежды Loom by Rodina – успешный синтез актуальных трендов и русского культурного наследия. Основательнице марки Светлане Родиной, за плечами которой опыт работы моделью в Париже и Милане, а также карьера байера европейских бутиков, удалось получить узнаваемый стиль на стыке делового минимализма и культурных кодов. Особенностью коллекций стали элементы традиционного кружевоплетения – воротнички и косынки, которые органично интегрируются в современные образы. Бренд отдает предпочтение натуральным материалам премиального качества: хлопку, коже, шелку; каждая модель проходит полный цикл – от разработки концепции до финального контроля качества – под личным руководством дизайнера.



RADICAL CHIC Искусство в каждом аксессуаре

Российский бренд премиум-класса Radical Chic превратил аксессуары и одежду в полноценное художественное высказывание. Специализируясь на изделиях из натурального шелка, хлопка, шерсти и кашемира, марка создает вещи с уникальным, узнаваемым дизайном. Бренд органично соединяет функциональность городской одежды с яркими художественными решениями, помогая потребителям найти свои «цветовые координаты» в быстро меняющемся мире. Особое место в стратегии Radical Chic занимают коллаборации с ведущими культурными институциями страны, от Третьяковской галереи до Музеев Московского Кремля. За годы существования марки реализовано более 20 совместных проектов, некоторые работы бренда дополнили фонды государственных музеев.



«МУРМУРИЗМ» Мода с социальной миссией

История «Мурмуризма» – наглядный пример того, как кризис может стать точкой роста. Созданный Тимуром Абдуллаевым девять лет назад бренд изначально делал ставку на говорящие принты и яркие цвета. Однако настоящий прорыв произошел в тот момент, когда основатель уже был готов закрыть проект. Свитеры, связанные бабушками для финальной коллекции, были распроданы за два дня, полностью изменив траекторию развития бренда. Сегодня «Мурмуризм» – это не просто модная марка, а социально ответственный бизнес, сотрудничающий с 63 мастерскими из уязвимых групп населения по всей России и создающий уникальный продукт с историей и смыслом.





JULNIKA

Керамика с семейной историей

Московский бренд авторской керамики Julnika, созданный Юлией Никулиной в 2011 году, превращает детские воспоминания в функциональные предметы искусства. История марки берет начало с разбившейся «блинной» тарелки, которую Никулина воссоздала вместе с детьми. Семейный опыт перерос в масштабный проект, где каждое изделие хранит особую историю. Технологическая составляющая при этом остается на высоком уровне: вся посуда изготавливается вручную из полуфарфора, покрывается пищевой глазурью и проходит многократный обжиг при температуре 1250 градусов. Практичность коллекций подтверждается совместимостью с посудомоечными машинами и микроволновыми печами, что делает продукцию бренда удобной в повседневном использовании.

COMO CASA

Комплексный подход к интерьерному дизайну

Бренд COMO CASA, созданный командой профессиональных дизайнеров и архитекторов, реализует интегрированный подход к дизайнерской мебели. Совмещая опыт проектирования интерьеров с глубоким пониманием принципов эргономики, компания предлагает эксклюзивную мягкую мебель, органично вписывающуюся в архитектурную концепцию пространства. Ключевой принцип работы московского производителя – гармоничное сочетание эстетики, функциональности и комфорта. Индивидуальный подход к каждому проекту позволяет делать мебель, максимально соответствующую запросам клиента, на заказ.



GARÇON ET POISSON

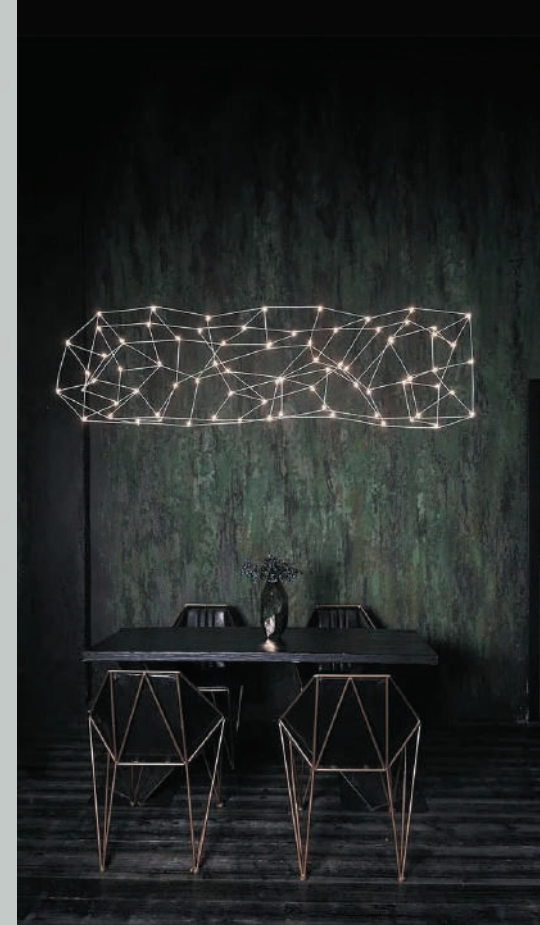
Локальный крафт в современном прочтении

Основанная в 2020 году московская мастерская GARÇON ET POISSON специализируется на производстве дизайнерских предметов декора и быта из премиальных материалов. В ассортименте бренда представлены светильники, интерьерные ящики, вазы, столы и посуда из массива ценных пород дерева, латуни и кожи. Философия марки строится на балансе между тиражируемостью и уникальностью: каждое изделие, даже выпускаемое серийно, сохраняет индивидуальный характер. Компания активно сотрудничает с дизайнерами и открыта к коллаборациям.

MOJO LIGHT

Инновационные световые решения

Несмотря на юный возраст – чуть больше года – Mojo light уже заявил о себе как о перспективном игроке на рынке дизайнерского освещения. Специализируясь на производстве световых инсталляций и светильников, компания делает ставку на сотрудничество с квалифицированными дизайнерами и использование проверенных материалов. Такой подход позволяет продукции марки демонстрировать высокое качество исполнения в сочетании с уникальным внешним видом, что превращает функциональные источники света в настоящие арт-объекты.



RELOFT HOME

Вневременной дизайн в премиальном исполнении

Основанный в Москве в 2021 году Аленой Анциферовой бренд Reloft Home специализируется на производстве премиальной мебели и декора ручной работы. Философия марки строится вокруг концепции дизайна «вне времени» – создания функциональных и долговечных предметов, сохраняющих актуальность независимо от сезонных трендов. Работа исключительно с натуральными материалами и акцент на текстурах и фактурах дерева, металла, мрамора и льна позволяют достичь особой тактильной выразительности изделий.



ПЕТР АСАЧЕНКОВ

**Генеральный директор
АО «Связь инжиниринг М»**

Производитель радиоэлектронной аппаратуры

“
**Не бояться мечтать,
ставить цель и следовать ей,
несмотря ни на что.**

Первым нашим заказом был удаленный съем показаний с необслуживаемых объектов сотовой связи. Дело было еще в 2005 году. Тогда и родился первый контроллер УМ-30 – все с этого и началось!

Дальше был принят закон об энергосбережении, и мы приступили к созданию первых автоматизированных систем коммерческого учета электроэнергии (АСКУЭ).

Мы изначально строили комплексную систему учета по всем энергоресурсам, причем универсальную систему, в которую интегрировали всех производителей приборов учета.

Наша компания всегда использовала клиенто-ориентированный подход, мы соблюдали преемственность наших систем учета и оказывали техническую поддержку на всех уровнях.

Важным этапом развития компании стало создание системы АСКУЭ для одного из операторов сотовой связи из «большой тройки», в итоге мы построили систему из 46 тыс. объектов во всех регионах России, а также отработали компетенцию по проектированию и интеграции систем нашего производства.

За последний год в условиях тотальных санкций на радиоэлектронные компоненты наша компания смогла быстро переориентироваться на доступные комплектующие и не потерять качество продукции. В ближайшие три-пять лет мы планируем заниматься разработкой новых продуктов на базе нашего контроллера и выходить на новые рынки сбыта.

Главной мерой поддержки от Правительства Москвы для нас является невысокая арендная плата в технопарке «Мосгормаш».

Меры поддержки

Льготная стоимость аренды.



ЕЛЕНА ДЕМЬЯНКИНА

Основательница сервиса «Айкьюфуд»

Сервис доставки лечебного и правильного питания

“

Будьте всегда честны с собой и другими. Любовь к себе, любовь к людям, любовь к своему делу – вот что движет нами!

Во время пандемии мне пришла мысль открыть свою компанию по доставке питания – с профессиональным подходом с медицинской точки зрения. Мы углубились в лечебные протоколы и ориентировались на индивидуальный подход к клиенту. Здоровье человека – это его образ жизни, спорт и, конечно же, питание, в нем 70% успеха.

В Москве более 96 сервисов по доставке питания. Чтобы выделяться на фоне остальных доставок, мы сделали акцент на лечебном питании и на индивидуальном подходе к каждому клиенту.

Наши основные партнеры – это врачи разных направлений и столичные клиники. К нам зачастую приходят по рекомендации врачей. Наш основной партнер – клиника «Спаголод», и мы продолжаем работать в этом направлении, привлекая все больше клиник и врачей к сотрудничеству.

Нам повезло, что это был конец пандемии, но сложности с закупками продуктов, упаковки, постоянные скачки цен мы прочувствовали на себе. Пережив пандемию, мы столкнулись с 2022 годом: часть наших клиентов покинули страну, мы очень сильно просели, началась

лихорадка среди крупных компаний, многие продукты исчезли с прилавков. Нам надо было очень быстро адаптироваться, никто не знал, что будет завтра.

Чтобы как-то выжить, мы запустили бюджетную линию. Это решение дало возможность продержаться и не закрыть компанию. Силы придавала ответственность за команду.

Но все это оказалось непросто: качество нашего продукта не позволяло конкурировать в этом ценовом сегменте с остальными гигантами рынка. Мы долго не могли понять, как быть: вроде и клиенты, и запрос есть. Но после прохождения программы наставничества в МБМ мы просчитали всю экономику, и я увидела, что с бюджетной линией мы в сильном минусе. Решено было отказаться от нее и перевести клиентов на основную линию.

Мы подняли цены и не только не потеряли клиентов, но к нам начали обращаться клиники с предложениями о сотрудничестве. Мы продолжаем пользоваться столичными программами для предпринимателей, участвуем в выставках, и это позволяет получать новые идеи, знакомиться с другими предпринимателями и развивать проект дальше.

Меры поддержки

Профессиональное обучение.



ДМИТРИЙ ПАРШИН

Генеральный директор

Продюсерская компания «Клаксон продакшн»,
детский анимационный сериал «Ум и Хрум»

“

Если продукт полезен и сделан с душой – его успех неизбежен! Начинайте с малого, но мыслите масштабно.

Идея создания продюсерского центра родилась в 2019 году, когда мой сын начал проявлять интерес к мультфильмам и я остро ощутил нехватку доброго и содержательного контента для детей. Вскоре произошло знакомство с Евгением Агабековым, автором идеи экологического анимационного сериала «Команда Флоры». Так появился наш первый проект.

После запуска сериалов «Команда Флоры», «Песенки Фортуны» и «Ум и Хрум» мы вышли на федеральные каналы, платформы и международные рынки. Одновременно с этим выросли и организационные сложности: управление командой, кросс-платформенность, дистрибуция. Нам помогли вера в то, что мы делаем полезные проекты, гибкость в подходах, а также партнерства – в том числе с Московским экспортным центром, который оказал нам поддержку в адаптации проектов к выходу на зарубежные рынки.

Мы делаем не просто мультфильмы, а мультиплатформенные образовательные вселенные, в которых дети учатся важному – экологичному поведению, осознанному потреблению, эмпатии. Отличие наших проектов – в смысле, глубине и любви к зрителю.

Наш самый яркий успех – стремительный рост популярности сериала «Ум и Хрум». Проект более 10 раз входил в топ-10 недельного рейтинга детских передач по версии «Медиа-скопа», а в первую неделю мая занял первое место в рейтинге телеканала «Карусель» по Москве. Сегодня «Ум и Хрум» смотрят в среднем около 750 тыс. раз в день. Он превращается в медиафраншизу: уже вышли мягкие игрушки, раскраски и мобильная игра, скоро появятся десятки новых товаров.

Мы активно развиваем мерч, мобильные приложения, партнерские интеграции, усилили аналитику, автоматизировали внутренние процессы.

Москва как город с сильным креативным и образовательным потенциалом предоставляет нам и кадры, и среду, и возможности для партнерства, и широкий перечень мер финансовой и нефинансовой поддержки.

Мы уверены, что анимационная отрасль в столице будет стремительно расти, особенно в направлении ESG, проектов с образовательным посылом. И не стесняйтесь пользоваться городскими возможностями – это действительно работает!

Меры поддержки

Субсидии на возмещении затрат, связанных с реализацией продукции за пределами РФ.





SNACKSY Органические сладости от многодетной мамы

История бренда полезных сладостей SNACKSY началась с экспериментов многодетной мамы, искавшей идеальный перекус для своих шестерых детей. Результатом поисков стала линейка гау-шоколада, который производится без термической обработки ингредиентов, что позволяет сохранить максимум полезных свойств. Ключевое преимущество продукции – отсутствие рафинированного сахара, глютена, лактозы и пальмового масла, а также соответствие веганским, кошерным и халальным стандартам. Сегодня ассортимент бренда насчитывает 14 уникальных вкусов – от классических комбинаций с орехами до экспериментальных вариаций с розовой гималайской солью, перцем чили и имбирем.



LEMONARDO Новое слово в культуре безалкогольных напитков

Московский производитель Lemonardo предлагает альтернативу стандартной «газировке», создавая лимонады и тоники на основе натуральных соков, свежих фруктов, трав, специй и других растительных компонентов. Принципиальная позиция бренда – отказ от консервантов: стойкость продукции обеспечивается за счет технологии бережной пастеризации, помогающей сохранить природный вкус и аромат ингредиентов. Такой подход позволил компании занять нишу премиальных натуральных напитков, отвечающих растущему запросу потребителей на качественные альтернативы массовым продуктам с искусственными добавками.



«НИТКА» Чайная культура в московской интерпретации

Московский бренд «Нитка» переосмысливает традиционную культуру чаепития, предлагая комплексный подход к этому ритуалу. В ассортименте марки представлены различные виды чая, от классических черного и зеленого до изысканных белых, улунов и тизанов, а также сопутствующие товары: сладости, аксессуары и сувенирная продукция. Название бренда имеет двойную символику: исторически «ниткой» называли караван верблюдов, везущий чай из Китая в Россию, а в восточной философии красная нить символизирует неразрывную связь между людьми. Особенность продукции – авторская технология копчения чая на саксауле: она отражает философию создателей, рассматривающих чаепитие как неотъемлемую часть культурного наследия.



«МОСКОВСКОЕ МОРОЖЕНОЕ» Вкус ностальгии в современном исполнении

Столичный бренд «Московское мороженое» успешно сочетает классические советские рецепты с современными технологиями производства. Знаменитые вафельные стаканчики, эскимо и сорбеты, воссоздающие вкусы из детства, выпускаются на высокотехнологичном европейском оборудовании, что гарантирует стабильное качество и безопасность продукции. По итогам конкурса «Московское качество – 2024» бренд занял второе место в номинации «Лучший молочный продукт “Сделано в Москве”», а производитель – АО «БРПИ» – получил сертификат на использование специального знака победителя престижного конкурса.

«АЛЕНКА» Символ счастливого детства

Легендарная «Аленка» от кондитерской фабрики «Красный Октябрь» остается одним из самых узнаваемых российских брендов с 1965 года. Молочный шоколад, завоевавший любовь нескольких поколений, не теряет позиций и на современном высококонкурентном рынке. По результатам опроса читателей «Комсомольской правды», продукт входит в число наиболее популярных отечественных марок. За десятилетия существования линейка под торговой маркой «Аленка» существенно расширилась, однако именно классический молочный шоколад с узнаваемым портретом девочки на обертке по-прежнему остается флагманским продуктом, олицетворяющим связь времен и поколений.





DRĚMA

Безопасные игрушки для здорового сна малышей

Бренд DrĚma производит игрушки для малышей с рождения, включая плюшевые, музыкальные и специальные для сна. В производстве используются гипоаллергенные материалы, быстросохнущий наполнитель и сочетание ручной и машинной вышивки; все протестировано на безопасность. Особой популярностью пользуются три линейки: игрушки с белым шумом (четыре варианта звуков и колыбельные с автоматическим включением), компактные 20-сантиметровые комфортеры, сохраняющие мамин запах, и 28-сантиметровые мягкие игрушки без пластиковых деталей для приятного сна. DrĚma помогает родителям организовать здоровый сон ребенка с первых дней жизни.

«ПРИНЦЕССА»

Детская косметика премиального качества

Бренд «Принцесса» с 2003 года выпускает средства для ухода, сочетающие безопасность, современные формулы и узнаваемый дизайн. Ориентируясь на мировые тренды, компания удерживает лидерство в сегменте: ее шампуни и кондиционеры в 2024 году стали лучшими в России. Многократный лауреат премии Effie, «Принцесса» подтверждает статус эталона для поколений родителей, ценящих качество и доступность.



«КУРНОСИКИ»

Надежные решения для новорожденных

Торговый дом «Курносики» – один из ключевых российских производителей товаров для малышей. Бутылочки бренда занимают 20% рынка, оставаясь самыми доступными в топ-10. В ассортименте компании – средства для купания, бытовая химия и развивающие игрушки. Десять лет подряд марка входит в список «Любимых брендов россиян», а ее продукция поставляется в страны СНГ.



«СМЕНА»

Эталон школьной формы с 1936 года

Легендарная «Смена» одевала и одевает целые поколения советских и российских школьников. Сегодня бренд выпускает свыше 300 моделей в год, используя высокотехнологичные ткани с натуральными волокнами. Продукция поставляется в «Детский мир», фирменные магазины и школы. В 2015 году компания вошла в топ-20 лучших производителей товаров для детей по версии Минпромторга.



CHOUPEPTE

Французская эстетика для самых маленьких

Название бренда – отсылка к французскому ласковому choupette, «кочанчик капусты». В коллекциях представлены дизайнерские наборы на выписку, крестильные наряды и повседневная одежда для детей до 12 лет. Каждый сезон марка обновляет ассортимент, предлагая родителям сочетание комфорта и изысканного стиля.



ЗАЛИМ БАЛКИЗОВ

Генеральный директор ООО «ГЭОТАР-МЕД»

Крупнейший поставщик решений для медицинского образования

“

Нужно бежать со всех ног, чтобы только остаться на месте, а чтобы куда-то попасть, надо бежать как минимум вдвое быстрее.

Компания появилась еще в 1995 году и к 2011-му превратилась в крупнейшее русскоязычное медицинское издательство. Идея бизнеса, связанного с симуляционным оборудованием, стала логичным развитием компании.

Мы создаем новые решения и продукты для медицинского образования. В нашей команде есть врачи-практики, которые понимают потребности отрасли. Они обладают глубокой экспертизой в области методологии медобразования. Мы обучаем преподавателей и экспертов, разрабатываем учебные и оценочные материалы и многое другое. В сфере технологий мы идем в ниши, где до сих пор не было симуляционного оборудования, создаем высокотехнологичные решения.

Самым сложным было преодолеть косность, консерватизм, нежелание преподавателей развиваться и работать с новыми технологиями. Переломным моментом, который повлиял на всю нашу индустрию, стало внедрение в 2015 году практического экзамена для допуска врачей к работе. Это нужно в первую очередь для безопасности пациентов. Вузы стали уделять намного больше внимания

практической подготовке студентов, используя симуляционные технологии.

Тогда же мы увидели пробелы в возможностях контроля мануальных навыков и начали разработку своего первого симулятора, создали производственную компанию. До этого мы уже стали крупнейшим импортером симуляционного оборудования, работая с более чем 30 мировыми производителями.

Все наши решения внедряются через научные исследования: мы измеряем валидность и эффективность технологий в сотрудничестве с вузами и больницами. Такую концентрацию медицинской и образовательной экспертизы, как в Москве, сложно найти где-либо еще.

Мы пользуемся поддержкой МЭЦ, который обеспечил обучение работников, участие в международных выставках, бизнес-миссиях, и очень довольны сложившимся сотрудничеством. В 2023 году мы получили звание лучшего экспортера Москвы в сфере оборудования и технологий и сертификат от Департамента предпринимательства и инновационного развития и МЭЦ на поддержку деловых поездок.

Меры поддержки

Выход на международный рынок.



ДАРЬЯ МОО

Основатель фуд-бренда MOOGREEN

Готовые смеси на основе зеленой гречки
для полезного завтрака без глютена и аллергенов

“

Открывать свое дело стоит только в теме, в которой вы эксперт и от которой вас «прет». Должны быть личные смыслы.

Когда-то у меня были проблемы со здоровьем, которые я решила благодаря перемене питания. Сначала у нас с партнерами была онлайн-школа по приготовлению выпечки и десертов без глютена: я была шеф-кондитером, мы снимали видеорецепты и обучали людей.

Затем решила на собственное дело – ему три с половиной года. Переломный момент, пожалуй, настал сейчас, когда нам нужно стать бизнесом из ремесла. Мы учимся считать деньги, прогнозировать производство, планировать поставки. И главная задача – наращивание объемов сбыта.

Безглютеновые гипоаллергенные продукты частенько бывают невкусными, и люди от этого страдают. А наша еда – выпечка, завтраки, вафли, блинчики, хлеб, кексы – максимально похожа на традиционную пищу, все очень аппетитно и вкусно. Мы помогаем нашим клиентам максимально адаптировать свой образ жизни к сложностям, с которыми они столкнулись, испытывать радость и чувствовать вкус жизни как в прямом, так и в переносном смысле.

К тому же наши продукты очень легко готовить: чтобы получить тесто для выпечки – хоть

вафель, хоть блинов, хоть хлеба, хоть кексов – нужно просто добавить к нашей мучной смеси воду и масло. Такая несложная рецептура экономит время и дает классный по вкусу готовый продукт.

С каждым годом проблема питания становится лишь острее, людей с пищевыми непереносимостями все больше. Даже те, кто три-четыре года назад смеялся над чужими сложностями, сегодня вынуждены соблюдать такие же протоколы. Поэтому со временем наша продукция появится в каждом магазине, на всех полках.

Особо хочется отметить помощь города в продвижении бизнеса. В «Малом бизнесе Москвы» нам дали полезные советы, как рассказать о продукции в социальных сетях, и мы наладили взаимодействие с блогерами, что привело к увеличению числа подписчиков. Я постоянно прохожу обучение в МБМ. Это практические занятия с представителями реального бизнеса, когда от наставника к ученику передаются знания, навыки, умения, поддержка. Инструмент с ярмарками и выставками я пока не использовала – планирую начать это делать в 2025 году. Но и без этого за 2024 год мы увеличили объем сбыта в четыре раза.

Меры поддержки

Поддержка в продвижении бизнеса.



МИХАИЛ ПРОТЧЕВ

Владелец и креативный директор
SARTO REALE

Российский бренд мужской одежды

“

Если нет уверенности, что вы можете дать стопроцентно качественный продукт, не стоит выходить с полумерой.

Сегодня я учредитель и креативный директор компании SARTO REALE, владелец одноименного бренда. Много лет назад я нашел этот символ швейного мастерства в маленьком итальянском городке Виченца. Когда-то известный на всю Венецию «Королевский портной» (именно так переводится SARTO REALE) встретил меня покосившейся вывеской. Узнав историю мастерства династии потомственных портных, я сразу понял, зачем случайно оказался в этом месте.

Первый российский магазин SARTO REALE был открыт в 2006 году, а в 2010-м бренд перешел на локальную сборку костюмов и пальто, наладив несколько производственных линий на фабриках в Краснодарском крае, Пскове, Воронеже. Это был ключевой шаг для нашего бизнеса. Мы смогли адаптировать лекала знаменитого североитальянского элегантного кроя под антропометрию современного российского мужчины. Наши особенности: элегантный стиль, при этом удобство и комфорт, смелые и красочные принты, сложные элементы кроя, яркие цвета подкладки, контрастные окантовки, пуговицы и стежки.

Важной вехой стало решение об экологичности производства, мы отказались от меха, внедрили ESG-принципы, используем органические ткани, натуральные красители, ищем производства с ответственным подходом к использованию ресурсов планеты.

Правительство Москвы поддержало нас в сложный период пандемии: в то время 90% нашего ассортимента составляла офисная одежда.

Мы получили грант, что позволило быстро увеличить ассортимент и закрыть спрос на качественную одежду в силе casual. Сегодня мы создаем три линии гардероба для активного делового человека – как на самые важные случаи жизни, так и на каждый день.

Я рад, что город создает события и платформы для развития бизнес-инициатив. Деловые люди – это наша ключевая аудитория. Для своего продвижения мы как раз ищем точки пересечения деловых людей. Речь не только о бизнес-форумах и выставках, но и о социальных и спортивных проектах.

Меры поддержки

Грант на компенсацию процентов по кредитам на развитие деятельности.



ЕГОР ДЫСКИН

**Начальник отдела экспорта
ООО «Интрон Плюс»**

Производство и поставка приборов
неразрушающего контроля и технической диагностики

“

Важно быть в курсе последних тенденций и новых технологий, стремиться быстро внедрять изменения и смело принимать решения.

Основатель компании – Василий Васильевич Сухоруков, выпускник Московского энергетического института, профессор. Собственное дело он начал еще в 1988 году. Толчком к созданию бизнеса стал заказ Московского электролампового завода, который производил вольфрамовую проволоку.

В 1990-е годы зарабатывать пытались самыми разными, но законными путями: отправляли телевизоры для продажи в Казахстане, пытались организовать производство пультов к телевизорам, участвовать в создании центра подготовки специалистов на базе так и не запущенной атомной электростанции теплоснабжения в Нижнем Новгороде (позднее перепрофилированной в ликеро-водочный завод).

Наша задача – максимально реализовать свой инновационный потенциал для обеспечения безопасной работы промышленных объектов, вывести международное сотрудничество в области дефектоскопии на качественно новый уровень. Был разработан дефектоскоп «Интрос-Авто» для контроля состояния тале-

вых канатов буровых установок, создана система для мониторинга стальных канатов заливных кранов сталелитейного производства. Ее использование снижает риск возникновения аварийных ситуаций.

Компания работает над проектом модернизации дефектоскопа «Интрокон», который обнаруживает обрывы армирующих тросов РТЛ, используется в шахтах, на открытых разработках полезных ископаемых, предприятиях черной и цветной металлургии, электростанциях, в портах и др. В 2024 году компания подписала двустороннее соглашение о стратегическом сотрудничестве с провинцией Хэнань в Китае.

Благодаря Департаменту предпринимательства и инновационного развития города Москвы «Интрон Плюс» получил поддержку в рамках программ по возмещению затрат на обучение сотрудников, патентование и приобретение оборудования, а также грант на развитие экспортной деятельности; сотрудники компании регулярно участвуют в образовательных программах и семинарах.

Меры поддержки

Гранты за патентование изобретений и полезных моделей в РФ, на приобретение оборудования и экспортную деятельность. Участие в образовательных программах Центра интеллектуальной собственности и офлайн-мероприятиях



АГНЕССА ОСИПОВА

Генеральный директор АО «БРПИ»

Московский производитель мороженого

“

Москва – лучший город для бизнеса. Главное, проект должен быть актуален, интересен москвичам и самому предпринимателю.

Промышленный комплекс «Московская фабрика мороженого АО «БРПИ»», который я возглавляю с 2009 года, – это современное высокотехнологичное производство мирового уровня. При полной загрузке фабрика изготавливает 20 тонн мороженого в день.

В производстве мы используем исключительно натуральное сырье и ингредиенты. Ассортимент компании насчитывает более 250 сортов классического сливочного, функционального, безлактозного и обогащенного мороженого, пломбиров, сорбетов, sherbetов, фруктового льда, вафельных стаканчиков, эскимо и эксклюзивных тортов-мороженой ручной работы. Ежегодно мы выводим на рынок свыше 20 новинок. Наша продукция поставляется во все регионы России и 10 стран мира.

В 2022 году запуск торговой марки BBrandICE дал фабрике возможность диверсификации ассортимента, актуализации бизнес-модели сети кафе, выхода на новые рынки. Сеть компании насчитывает более 300 фирменных кафе в 120 городах России и странах СНГ.

Поддержка города позволила нам реализовать инвестиционную программу по развитию производства, ассортимента и каналов сбыта, запустить новую технологическую линию, выйти на новые рынки.

Наша компания получает системную поддержку от Правительства Москвы как промышленный комплекс. В частности, льготы по налогу на имущество и земельному налогу, несколько лет назад мы получили субсидию на возмещение части затрат на уплату лизинговых платежей.

Мы принимали участие в выставках и бизнес-миссиях, организованных МЭЦ и «Моспром», в ОАЭ, Китае, Саудовской Аравии и странах СНГ. В конце 2023 года впервые вышли в Китай, увеличив число своих импортеров до 10 стран.

Москва постоянно развивается: совершенствуются городские программы, вводятся новые цифровые сервисы, упрощаются процедуры получения поддержки, что формирует комфортные условия для предпринимателей.

Меры поддержки

Льготы по налогу на имущество и землю, выход на международные рынки.



ИГОРЬ ЧАПУРИН

Российский модельер, основатель бренда «Модный дом Chapurin»

“

Мир переполнен одеждой, но качественных брендов не хватает. Не бойтесь рисковать и создавать уникальное.

Я рос в творческой семье, многие члены которой имели прямое отношение к текстильной промышленности. Поэтому, когда встал вопрос о выборе профессии, я пошел на курс конструирования. Трамплином для меня был международный конкурс французского бренда Nina Ricci.

Я начал строить свою компанию, когда никто не верил в то, что русский дизайнер может быть успешным. Участие в официальном расписании Недели моды в Париже открыло двери в мировую моду.

В нашей компании несколько направлений развития. Вот уже более четверти века кутюрная линия – одна из основ марки Chapurin. С линией prêt-à-porter мы вернулись в сезонное расписание с громким показом новой коллекции, впервые представили капсулу мужской одежды.

В сегменте театральной работы я тружусь над костюмами к очередной постановке в МХАТ им. А. П. Чехова. Не могу не вспомнить премьеру балета «Буря» на сцене Большого театра России, где я выступил художником по костюмам.

Мы строим работу на выпестованном качестве дизайна, тканей, исполнения. Мы не просто отшиваем модные вещи, адаптируя международные тренды, – мы создаем авторский дизайн. Сегодня дизайн – универсальный язык, поэтому работаем и в области корпоративной одежды, и в сфере промышленного дизайна, дизайна интерьеров.

Я всегда старался адаптировать бизнес под индустриальные тенденции. Несколько лет назад мы отказались от меха, стали использовать материалы вторичной переработки и заменили фурнитуру на более экологичную.

Москва – очень модный город, и каждый, кто обладает талантом и смелостью, найдет здесь свою нишу. Мы несколько раз принимали участие в проектах города, один из самых ярких эпизодов – показ Chapurin на ВДНХ под аккомпанемент пианиста-виртуоза Рида Маммадова.

Я люблю Москву и всегда был московским дизайнером. В столице есть множество возможностей, я вижу перспективы в гибридных форматах, когда мода объединяется с архитектурой, спортом, культурой, музыкой. На этих перепутьях рождаются очень интересные идеи.

Меры поддержки

Участие в онлайн-мероприятиях, информационная поддержка.



ИТ-СТОЛИЦА РОССИИ

ПОЧЕМУ В МОСКВЕ ЖИВЕТ КАЖДЫЙ ТРЕТИЙ ПРОГРАММИСТ

Московский ИТ-сектор переживает настоящий ренессанс: 67 тыс. компаний, интеллектуальный резерв в полмиллиона специалистов и впечатляющие 6,1 трлн руб. выручки, сопоставимые с бюджетами небольших европейских стран. Как столица, некогда известная в основном Кремлем и Большим театром, превратилась в магнит для талантов и главную кузницу цифровых инноваций России и какую роль в этом играет Московский инновационный кластер (МИК) – в нашем детальном погружении в ИТ-экосистему, переписывающую будущее мегаполиса.

Источник: Unsplash



Цифры в цифре

Информационные технологии стали ключевым драйвером развития экономики Москвы. Согласно актуальным данным, в секторе «Информация и связь» занято 9% всех сотрудников столичных компаний – он входит в топ-5 отраслей по количеству предприятий. Каждый десятый горожанин сегодня трудится в ИТ-сфере, а темп прироста числа компаний в этой области в 2025 году вдвое превышает общие показатели по экономике Москвы. Цифры свидетельствуют о серьезном росте ИТ-отрасли столицы. С 2020 по 2023 год объем выручки в секторе «Информация и связь» повысился в 1,45 раза – с 4,2 трлн до 6,1 трлн руб. Впечатляющую динамику показывает и сегмент разработки программного обеспечения: за аналогичный период он вырос в 1,9 раза – до 3,5 трлн руб.

ТРЕНДЫ

ЦИФРОВОЙ СУВЕРЕНИТЕТ

Одним из ключевых трендов последних лет стало появление отечественных решений в сфере информационных технологий. Московские разработчики вывели на рынок целый ряд конкурентоспособных продуктов:

- ✓ системы на базе ИИ: GigaChat, Kandinsky, «Шедеврум»;
- ✓ фреймворк с открытым кодом для создания диалоговых систем DeepPavlov;
- ✓ операционная система «Аврора».

Импортозамещение затрагивает все сегменты отрасли, от базового программного обеспечения до узкоспециализированных решений для бизнеса и государства.

КРЕМНИЕВЫЕ НЕЙРОНЫ

Москва становится центром развития технологий искусственного интеллекта в России. В городе реализуются проекты по внедрению ИИ в разных сферах. В их числе:

- ✓ городское управление и жилищно-коммунальное хозяйство;
- ✓ здравоохранение (системы анализа медицинских изображений, система поддержки принятия врачебных решений);
- ✓ транспорт (интеллектуальные транспортные системы);
- ✓ финансовый сектор (системы оценки рисков и работы с клиентами);
- ✓ промышленность (предиктивная аналитика и оптимизация производственных процессов).

Количество ИТ-проектов в Москве также увеличивается. Сегодня в сфере «Информация и связь» работают 67 тыс. компаний, из которых 11 776 специализируются на информационных технологиях, а 36 921 – непосредственно на разработке программного обеспечения. С 2020 года прирост в секторе составил более 30%. При этом большинство (99%) ИТ-предприятий относятся к субъектам малого и среднего бизнеса, из которых значительная часть – индивидуальные предприниматели, что говорит о доступности отрасли для входа новых игроков. Московские ИТ-разработчики активно выходят на международные рынки. Особенно востребованы за рубежом решения в области информационной безопасности, системы на основе ИИ и специализированное ПО для промышленных предприятий.

Охота за умами

За последние пять лет численность занятых в секторе «Информация и связь» столицы выросла в 1,5 раза, достигнув к 2024 году 541 тыс. человек. Из них 89 тыс. трудятся в сфере информационных технологий, а 337 тыс. – в сфере разработки ПО. Увеличение

ЦИФРОВОЙ ЩИТ

В условиях цифровизации всех сфер жизни критически важно обеспечить информационную безопасность. Московские компании предлагают ряд решений в данной сфере:

- ✓ платформы для предотвращения целевых атак с помощью технологий киберобмана;
- ✓ комплексные системы защиты корпоративной и государственной инфраструктуры;
- ✓ решения для безопасного хранения данных;
- ✓ инструменты защиты от социальной инженерии.

ФУНДАМЕНТ ИННОВАЦИЙ

Серьезным фактором развития ИТ-отрасли становится доступная и современная инфраструктура:

- ✓ технопарки с оборудованными рабочими местами и лабораториями;
- ✓ современные коворкинги для стартапов и фрилансеров;
- ✓ высокопроизводительные дата-центры;
- ✓ экспериментальные площадки для тестирования новых решений;
- ✓ 5G-инфраструктура для развития интернета вещей и других современных технологий.

количества вакансий опережает прирост занятости: программистов по-прежнему не хватает. В 2024 году было опубликовано на 14% больше вакансий для ИТ-специалистов, чем в 2023-м. Средняя заработная плата в ИТ-отрасли Москвы в 1,5 раза превышает среднюю по городу: в 2024 году она достигла 253 тыс. руб.

Более того, за последние несколько лет столица стала главным центром подготовки ИТ-специалистов: 27% всех студентов ИТ-направлений в России обучаются именно здесь. В 2024 году число выпускников московских вузов по ИТ-специальностям достигло 18 тыс. человек, что на 72% больше, чем в 2020-м. Помимо высшего, активно развиваются программы дополнительного профессионального образования.

В 2024 году более 107 тыс. человек прошли обучение по программам ДПО в сфере «Информация и связь» в Москве – в 10 раз больше, чем в 2020-м. В условиях высокой конкуренции за таланты столица реализует комплекс мер, направленных на привлечение и удержание ИТ-специалистов. В их числе – создание комфортной городской среды и современной технологической инфраструктуры, поддержка технопарков и специализированных кластеров,

ТОЧКА СБОРКИ ИННОВАЦИЙ

МОСКОВСКИЙ ИННОВАЦИОННЫЙ КЛАСТЕР (МИК)

Крупнейший в России институт поддержки технологического предпринимательства. МИК объединяет компании, научные и образовательные организации, технопарки и другие элементы инновационной экосистемы Москвы для ускоренного вывода на рынок высокотехнологичных продуктов. Кластер активно работает над привлечением инвестиций в ИТ-проекты и продвижением столичных разработок как на российском, так и на международном рынке.

МИК реализует комплекс программ для поддержки ИТ-сектора:

- ✓ гранты и субсидии для создания инновационных продуктов и расширения производства;
- ✓ акселерационные программы для быстрого развития стартапов;
- ✓ содействие в пилотном внедрении решений на городских и коммерческих площадках;
- ✓ помощь в привлечении инвестиций через взаимодействие с венчурными фондами и бизнес-ангелами;
- ✓ доступ к городским заказам через систему инновационных закупок.

ров, а также предоставление налоговых льгот для ИТ-компаний и их сотрудников. Кроме того, город обеспечивает доступ к передовым образовательным программам и возможностям профессионального роста, активно развивает систему акселераторов и инкубаторов.

Также Московский инновационный кластер регулярно проводит специализированные мероприятия для участников рынка – например, программы, которые позволяют изучить нюансы защиты ИТ-решений или вопросы оценки стоимости прав на интеллектуальную собственность. Доступен сервис «IP-упаковка», благодаря которому компании могут сформировать индивидуальную стратегию управления своей интеллектуальной собственностью. Эта работа в дальнейшем помогает им в привлечении частного финансирования и получении льготных кредитов.

Москва выдает льготные займы под залог интеллектуальной собственности: предоставляет гарантию по таким ссудам и компенсирует процентную ставку. Максимальная сумма – 50 млн руб., льготная ставка – 5% при наличии патентов или свидетельств о регистрации программ для электронных вычислительных машин в портфеле прав или 8,5% – при их отсутствии.

При поддержке МИК в городе выросли десятки успешных ИТ-компаний. Вот несколько из них:

«СМАРТ СИСТЕМЗ» (бренд ISBC) – один из лидеров по разработке и производству российских RFID-решений для идентификации людей, животных и объектов, а также платежных сервисов. Благодаря поддержке МИК компания расширила производство и увеличила выручку в 1,5 раза.

«ЦИФРОВЫЕ ДОРОГИ» – проект участника МИК, который создает цифровые двойники городской инфраструктуры на базе искусственного интеллекта. Приборы, установленные в передвижных лабораториях, осуществляют пространственные измерения и контроль состояния объектов городской и промышленной инфраструктуры в режиме реального времени.

NEIRY активно участвует в образовательных программах МИК по работе с интеллектуальной собственностью. Компания разрабатывает ИТ-продукты на базе нейротехнологий и нейроустойства для разных сфер – от медицины, маркетинга, психологии и промышленной безопасности до образования и авиации. Гаджеты позволяют принимать сигналы от мозга, расшифровывать их и преобразовывать в информацию, понятную компьютеру. Технологии компании используются в 45 странах мира.

НИКОЛАЙ ИЛЬИНСКИЙ

Директор ООО ПФ «Логос»

Производство тренажеров для обучения сотрудников
вождению общественного транспорта

“

**Мой главный принцип
в бизнесе – не бояться
сложных задач.**

1990-е годы стали для нас временем поиска себя. Мы начинали с разработки программного обеспечения для товарно-сырьевых бирж – тогда это казалось шагом в сторону рыночной экономики. Но настоящий поворот произошёл, когда мы переключились на создание компьютерных игр и тренажеров. Для меня, как для человека с образованием в области математического моделирования и кибернетики, это был принципиальный выбор – заниматься тем, в чем мы действительно сильны, а не уходить в коммерцию.

Первыми сотрудниками компании стали мои студенты и аспиранты с кафедры кибернетики НИЯУ МИФИ. Позже присоединились выпускники МГТУ им. Баумана и других ведущих технических вузов. Именно этот высокий уровень образования наших специалистов позволяет нам заниматься сложнейшими задачами – от конструирования до математического моделирования и программирования компьютерной графики.

Сегодня мы производим тренажеры для самого широкого спектра техники – от карьерных самосвалов до поездов метро. Наш новый завод полностью обеспечивает производство всех компонентов: динамических платформ, электроники, систем моделирования. Мы воспроизводим все, от колес до органов управле-

ния в кабине, с точностью 90–95% по сравнению с реальными объектами.

Особая гордость – наши разработки для Московского метрополитена. Десятки наших тренажеров работают на каждой линии, точно моделируя не только вагоны, но и депо, перроны между станциями, сами станции. Следующий шаг – создание комплексных систем, включающих диспетчерские службы, чтобы моделировать работу всего метрополитена в связке с наземным транспортом.

В 2023 году мы завершили масштабный проект по моделированию 1300 км маршрутов наземного транспорта столицы – автобусов, электробусов, трамваев. Наши системы учитывают все: светофоры, остановки, разметку, трафик, даже агрессивность вождения. Это стало возможным благодаря поддержке Департамента транспорта Правительства Москвы.

Не менее важное направление – экспорт. При содействии Московского экспортного центра мы заключили контракт на поставку тренажеров для метро в Индию. МЭЦ не только помогает с поиском партнеров, но и организует наше участие в международных выставках – например, в этом году мы представляли свои разработки в Сингапуре.

Меры поддержки

Выход на международный рынок.



ТАТЬЯНА ДЮЖАКИНА

**Индивидуальный предприниматель,
основатель бренда женской одежды
Outsaida**

Марка одежды, переосмысляющая женственность в новом ключе

“

**Сейчас момент силы. Рынок
жаждет новизны – ваши идеи
уже созрели. Дерзайте. Завтра
вы скажете себе спасибо.**

Философией проекта с самого начала стала эксклюзивность: каждое изделие создается в единственном экземпляре, это по-настоящему уникальный продукт. Благодаря безупречному качеству исполнения и индивидуальному подходу марка быстро завоевала лояльность аудитории через «сарафанное радио» – наиболее органичный и ценный канал продвижения для премиального сегмента.

Со временем ателье эволюционировало в экспериментальный цех, где традиционные технологии сочетаются с авторскими методами проектирования и декорирования. Так появился семейный бренд Outsaida, который переосмысливает премиум через призму осознанности. В наших изделиях безупречный крой и идеальная посадка встречаются с заботой об экологии и ответственностью перед планетой.

В ателье Outsaida царит особый ритм. Это не просто мастерская, а живая лаборатория, где каждый стежок подкреплен знаниями. Мы никогда не экономим ни на тканях, ни на людях. Платье должно тактильно убеждать

в своей ценности с первого прикосновения. Даже в кризис мы ищем альтернативы, но не снижаем планку: 12 примерок для сложного платья, пока посадка не станет идеальной; 47 образцов ткани, прежде чем найти нужный оттенок.

Outsaida активно использует возможности, предоставляемые Правительством Москвы для развития локального бизнеса, например, участвует в программе «Наш бизнес» и проекте «Сделано в Москве», что обеспечивает системный рост компании, позволяет повышать узнаваемость марки, привлекать новых клиентов, выходить на B2B-аудиторию (бутики, мультибрендовые площадки). За это время бренд принял участие в Московской неделе моды, проекте «Зима в Москве», а также в специальных проектах со СМИ.

Москва сама заинтересована в успехе локальных брендов, ведь Outsaida уже стала частью ее культурного кода. Когда город помогает решать операционные задачи, можно сосредоточиться на творчестве.

Меры поддержки

Участие в онлайн-мероприятиях, информационная поддержка.



МАКСИМ КАНИЩЕВ

Генеральный директор компании
ООО «Парк3Д»

СемАНТ – иновационная программно-аппаратная система
для автоматизированного строительства зданий

“

**Работайте на стороне заказчика,
решайте его задачи. Вместо
копирования существующих
решений придумывайте свои.**

Изначально компания «Парк3Д» занималась кузнечным делом. Идея заняться 3D-печатью пришла, когда потребовалось изготовить сложную металлическую скульптуру и традиционные методы оказались неэффективными. Этот опыт подтолкнул к мысли о создании 3D-принтера для бетона. Основным стимулом стала проблема нехватки кадров в строительстве, которую могла бы решить роботизация.

Мы решили не идти по пути создания громоздких порталных принтеров, которые уже существовали на рынке, а разработать компактное, легкое и мобильное 3D-устройство (СемАНТ).

Самым ярким успехом компании за последний год стала победа проекта СемАНТ в конкурсе мэра столицы «Новатор Москвы» в 2024 году. Это стало возможным благодаря инновационности самого принтера, его способности печатать сложные архитектурные формы из бетона, возводить этаж за одну смену, исключать главные проблемы традиционных порталных 3D-принтеров.

Такое признание не только укрепило нашу репутацию, но и привлекло внимание крупных девелоперов, заинтересованных во внедрении 3D-печати в жилищное строительство.

Будущее этой технологии в городе видится крайне перспективным, так как она решает проблему нехватки кадров и открывает новые возможности для архитектуры и дизайна, позволяя возводить здания быстрее, дешевле и экологичнее. Также команда прошла акселерацию в международной программе поддержки технологических проектов «Академия инноваторов».

Городские инициативы, подобные конкурсу «Новатор Москвы» и «Академия инноваторов», играют важную роль в признании, продвижении, поддержке внедрения инновационных технологий, помогают посмотреть на разработки со стороны, получить экспертную поддержку и советы – это крайне важно и ценно.

Мы активно пользуемся инструментами Московского инновационного кластера. Например, недавно мы сделали инвестиционную оценку нашего продукта, которая позволила сфокусироваться на необходимых доработках и скорректировать стратегию.

Открытость столичных властей к инновациям, заинтересованность в развитии высокотехнологичного предпринимательства делают Москву идеальной площадкой для стартапов в строительной и других сферах.

Меры поддержки

Денежная премия в конкурсе мэра «Новатор Москвы», обучение в акселераторе.



ДМИТРИЙ САФОНОВ, МАРИЯ БУРСАКОВА

Генеральный директор Le Cose Dolce
Директор по развитию Le Cose Dolce

Производство кондитерских изделий, кафе «Сделано в Москве»

“

**Предприниматель здесь и сейчас
влияет на окружение своим
продуктом или услугой, а значит,
оставляет след в истории города.**

Наша команда работала в одном из крупных холдингов, и нам очень хотелось что-то свое – маленький инновационный бренд вкусного продукта с высокими потребительскими качествами, которых, к сожалению, на рынке не так много.

Большинство крупных производителей гонятся за низкой ценой, в итоге страшно покупать сладости детям. В 2023 году мы открыли свой маленький цех, разработали технологию и начали производить нугу туррон. Наш продукт уникален своим натуральным составом, а также трендовыми направлениями – сочетанием различных текстур и сложносоставных вкусов.

Мы вступили в проект «Сделано в Москве», открыли кофейню и предложили столичным маркам представлять у нас свою продукцию. Вокруг кофейни сформировалось сообщество предпринимателей, мы стали витриной для производителей, у нас появилась возможность запускать уникальные коллаборации и продвигать идею, что быть предпринимателями-производителями в Москве – это круто! Мы продвигаем идею добросовестного отношения и искренней любви к своему делу, вы-

ступаем за чистое производство, новые идеи и, главное, высокий уровень качества.

С радостью используем столичные меры поддержки. Конечно, самый успешный проект – это выездные мероприятия с нашей кофейней. Как производитель кондитерских изделий Le Cose Dolce и как выездная кофейня «Сделано в Москве» мы принимали участие в столичных проектах «Форум-фестиваль. Территория будущего «Москва-2030» и «Зима в Москве» со своими кондитерскими изделиями и даже с продукцией дизайнеров. Пользовались мы и услугами фотографов предметной съемки, продвижением на маркетплейсах благодаря проекту «Сделано в Москве».

Фурор произвели белоснежные варежки с сердечками, как у наших фирменных стаканчиков для кофе, которые продавались в павильоне Маркета волшебства на фестивале «Зима в Москве» на Болотной площади.

Благодаря городским инициативам мы два года подряд растем более чем на 50%, поэтому будем придерживаться той же стратегии. Задача – вырасти в три-четыре раза и построить сеть кофеен «Сделано в Москве».

Меры поддержки

Участие в офлайн-мероприятиях, информационная поддержка.



АЛЕКСАНДР КИЯНИЦА

Генеральный директор ООО «Вольтс Групп»

Технологическая международная IT-компания,
производитель накопителей энергии

“

Делайте лучше, чем от вас ожидают. В этом залог доверия, роста и безупречной репутации. Начинайте с проблемы, а не с продукта.

История «Вольтс» началась с идеи создать технологический продукт, который действительно решает проблему энергонезависимости. Надежное электроснабжение играет очень важную роль в обеспечении комфортной жизни семьи, особенно в загородном доме. В 2017 году мы поняли, что рынок систем накопления энергии в России находится в зачаточном состоянии, и решили не ждать, а создавать его с нуля.

Непростым стал для нас переход от мелкосерийного производства к промышленной сборке в 2022 году. Мы пережили период, когда проект выглядел как лаборатория, и сделали его зрелым бизнесом.

Мы разрабатываем свою технологию – с собственным софтом, гибкой архитектурой и высокой адаптивностью под нужды клиента.

Москва – это критически важная точка для демонстрации потенциала, где инновации быстро получают обратную связь и масштаб. Ключевую роль в развитии нашего проекта сыграло участие в программах московского технопарка и площадки «Сколково». Это

не только поддержка в виде офиса или консультаций, но и доступ к сообществу, рынкам и пилотным проектам. В развитии бизнеса помогает вся столичная инфраструктура: хорошая логистика, кадровый потенциал, близость к нашим клиентам.

Прорывом этого года стала успешная интеграция нашей СНЭ в арктический гостиничный комплекс «Китовый берег» в Мурманской области. Это проект на стыке технологий и экстремальной эксплуатации, который стал возможным благодаря команде, которая не боится нестандартных задач.

Мы стали более системными. Раньше было больше интуиции, теперь же больше аналитики, процессов, структур. Сохранили дух стартапа, но усилили инженерную строгость.

Наша задача в ближайшем будущем – укрепление бизнеса в России и выход на внешние рынки. Мы видим потенциал в B2B-сегменте, особенно в проектах по устойчивой энергетике. Инициативы города, в том числе климатические и цифровые, станут драйверами спроса и площадками для пилотов.

Меры поддержки

Грант на проведение пилотных тестирований инновационных решений на базе городской инфраструктуры.



ОКСАНА ЗИНЕНКО

**Дизайнер и основатель
бренда арт-капсул ZOTÊME**

Бренд минималистичной одежды премиум-сегмента

“

Когда появляется идея, которая откликается, чувствуешь прилив энергии – и нужно действовать не откладывая.

Около 18 лет я работала в девелоперских компаниях, архитектурные проекты были частью моей работы. Я увлекаюсь искусством: окончила факультет истории искусств в «Строгановке», училась в Лондоне в школе при аукционном доме Sotheby's. Больше всего, наверное, на меня повлияло увлечение моей мамы: она шикарно шьет одежду. Мы вместе придумывали модели, и я всегда получала комплименты от коллег в офисе.

Я решила совместить свои увлечения (архитектура, искусство и дизайн) и основать бренд одежды. Наша миссия – транслировать искусство через одежду, новый взгляд на уже ставшие известными работы великих художников. Мы уже выпустили коллекции, посвященные Врубелю, Кандинскому. Мне нравится работать и с современными мастерами.

У бренда есть четкое позиционирование и миссия – влюблять в искусство посредством одежды, знакомить аудиторию с современными художниками. Мы делаем одежду на каждый день, при этом она отличается за счет уникальных деталей, принтов, своей изюминки. В Москве много возможностей. Благодаря проекту “Сделано в Москве” мы представлены в центре города, на топовых площадках – это пре-

красный шанс привлечь огромную аудиторию. Мы пользуемся обучающими программами, мерами поддержки.

Самые ощутимые, конечно – городские площадки, маркеты, где можно продавать изделия. Ярким событием для бренда было участие в коллективном стенде проекта «Сделано в Москве» в рамках Московской недели моды. А показ был особенным и очень красивым, музыку написал композитор Вазген Шесович, гости слышали её первыми.

Ярким событием для бренда стало участие в коллективном стенде проекта «Сделано в Москве» в рамках Московской недели моды. А показ был особенным и очень красивым, музыку написал композитор Вазген Шесович, гости слышали ее первыми.

Советуем хорошенько ознакомиться со всеми возможностями, которые предлагает город. На удивление, они бесплатные, начиная с консультаций, как зарегистрировать ИП, до помощи в разработке маркетинговых стратегий и получении грантов. При таком комплексном предложении отпадает необходимость обращаться к коммерческим компаниям, услуги которых стоят недешево.

Меры поддержки

Участие в офлайн-мероприятиях, информационная поддержка.



МИХАИЛ БОЛДЫРЕВ, КОНСТАНТИН НИКОЛАЕВ

**Заместитель генерального директора
Руководитель экспорта и GR
ООО «Фитокосметик»**

Московская компания, специализирующаяся на производстве уходовых, парфюмерных и декоративных косметических товаров

“

Главное – верить в себя, скрупулезно изучая при этом информационное поле вокруг, потому что всегда существуют новые возможности.

Михаил: В 2003 году Константин Владимирович Волков создал бизнес по выпуску косметики, затем мы расширяли портфель продуктов за счет выхода в другие категории, в том числе и бытовую химию. Сейчас у нас в активе более 3000 позиций. Бурный рост компании произошел на рубеже 2011–2012 годов.

Константин: Правительство Москвы предоставляет много возможностей демонстрировать нашу продукцию на главных улицах столицы, на всех знаковых мероприятиях, например, проектах «Зима в Москве» и «Лето в Москве», проекте VK Fest, где мы стали участниками благодаря проекту «Сделано в Москве». Мы пользуемся практически всеми преференциями, которые дают Департамент предпринимательства и инновационного развития города Москвы, Московский экспортный центр и прочие структуры Правительства Москвы.

Михаил: Значительный ресурс роста лежит в современных каналах продаж, маркетинговых и расширении экспортного направления. Внутри страны потенциал нашей компании раз-

вит очень прилично, а вот в зарубежье нам есть куда стремиться. У нас было много экспортных бизнес-миссий: это и бизнес-миссия во Вьетнам, и участие в выставках в Армении, Грузии, Азербайджане, Турции и много где еще.

Константин: Не могу не отметить работу амбассадоров МЭЦ, которые, например, помогли нам сейчас в переговорах в Малайзии: наша продукция встала на полки крупнейшей сети ретейла и получила сертификацию «халаль» от малайзийского сертификационного органа, признанную во всех мусульманских странах. В этом году мы номинированы Российским и Московским экспортными центрами как экспортер года. У нас есть плацдармы во Вьетнаме, Иране, Ираке, Саудовской Аравии, Египте. Помогает и городская среда, достаточно важный проект Правительства Москвы, который дает сотрудникам возможность вовремя оказываться на рабочем месте и не опаздывать с решением вопросов. Мне кажется, что в столице проще всего сейчас начинать бизнес, учитывая те возможности, которые предоставляет город со всеми своими программами.

Меры поддержки

Международное продвижение бизнеса.



ВЕРОНИКА КАЗАНЦЕВА

Основатель и директор «Мадам Круже: Волшебство ручной работы»

Марка кружевных изделий ручной работы

“

Самое сложное – преодолеть период, когда в тебя никто не верит, найти силы идти дальше. Если справитесь с этим, остальное уже пустяки.

До замужества в 2009 году, когда я заказала свадебное платье с вологодским кружевом, я не была знакома с этим искусством. Тогда я влюбилась – тонкая ручная работа меня заворожила и не отпускает до сих пор.

На ярмарке в 2014 году в Москве я была полна надежд, хотя ассортимент привезла небольшой. В первый день у меня ничего не купили, во второй я продала маленькую салфеточку. С этого момента я стала слушать свою аудиторию: что они видят в кружеве, как оно должно выглядеть, чтобы его носили? Стало очевидно, что без современного прочтения нет дальнейшей кружевной истории, и мы много работали над этим. Теперь наши изделия покупает молодежь, и мы этим очень гордимся.

Еще одним переломным моментом стало обучение на программе «Экспортеры 2:0» в «Сколково» в 2021 году: я поняла, что уже не ремесленник, а промышленник. Открылись большие горизонты, появилось осознание, каким масштабным и интересным может быть мое кружевное дело. Третьим неожиданным поворотом стало обучение от Фонда поддержки социальных предпринимателей – я поняла, где искать своих будущих кружевниц. Растить новое поколение кружевниц – это тоже одна из важнейших задач для нас.

В мае этого года мы открыли новый магазин в самом центре Москвы. Там будет даже кружевная люстра – сейчас она еще плетется. Это креативное пространство, где кружево представлено в совершенно разных и невероятных решениях. Можно прикоснуться к истории, процессу кружевоплетения и подобрать кружевные аксессуары для себя и своих близких.

Более 10 лет я занимаюсь любимым делом, за это время мы добились невероятных успехов. Для нас коклюшечное кружево многогранно: нет ничего невозможного – мы можем сплести даже забор из металлизированной нити. Вдохнув новые веяния и разработки, мы сломали стереотип, что это какая-то забытая история.

Планов и проектов очень много, и Москва нас всегда поддерживает. Мы с радостью принимали участие в городских маркетах. Это лучший город для развития нашего кружевного искусства. Я придумала брошь «Счастье», в ней запечатлен момент, когда ты светишься, как солнышко, сидя на горизонте, и беззаботно болтаешь ножками. Второе название этой броши – «Москва». Каждый год Москва улучшает, дорабатывает свои программы и проекты, это очень радует.

Меры поддержки

Профессиональное обучение, международное продвижение бизнеса. Участие в офлайн-мероприятиях.



САНКЦИЯМ НАЗЛО:

КАК СТОЛИЧНЫЕ БРЕНДЫ ЗАВОЕВЫВАЮТ МИР

На столицу приходится 42% всего российского экспорта – впечатляющая цифра, несмотря на геополитическую турбулентность и санкции. В Москве активно формируется поколение брендов, продукция которых востребована на международных рынках – от сладостей, косметики и детской одежды до биологических протезов и цифровых решений.

Текст: Виктория Иванова

Столичные бренды осваивают экспортные направления в том числе за счет многочисленных мер поддержки. Московские власти последовательно развивают и внедряют новые инструменты для выхода столичного бизнеса за рубеж – от обучения и подготовки к выходу на международные рынки до продвижения и поддержки продаж, а также финансовой помощи экспортерам.

Москва – локомотив несырьевого экспорта России

После 2022 года российская внешняя торговля трансформировалась: прежние логистические маршруты были существенно ограничены, экспортные потоки переориентировались на страны Азии, Ближнего Востока, Африки и Латинской Америки.

Город увеличивает экспорт в дружественные государства, доля которых в структуре столичных поставок в прошлом году превысила 93%. Наибольшую долю в географической структуре ННЭ Москвы занимают страны СНГ (38%), в том числе

Республика Беларусь (15,9% ННЭ Москвы), Республика Казахстан (13,4% ННЭ Москвы), второе место среди регионов мира принадлежит странам Азии (19%), среди которых основными импортерами являются: Китайская Народная Республика (8,5% ННЭ Москвы) и Индия (3,4% ННЭ Москвы), третье место занимает Африка (16%), в том числе Египет (5,4% ННЭ) и Алжир (2,2% ННЭ Москвы).

В несырьевом неэнергетическом экспорте (ННЭ) Москва занимает первое место среди регионов России – ее доля от ННЭ России составила 21% по итогам 2024 года. Партнерами Москвы являются контрагенты из 158 стран. В целом в 2024 году город обеспечил 42% всего российского экспорта товаров.

В основном, московский ННЭ состоит из промышленных товаров, которые занимают 67% от общего объема поставок. Это в первую очередь оборудование и комплектующие, электроника и электротехника, медицина и фармацевтика и др. На долю высокотехнологичного экспорта приходится почти 47% ННЭ столицы – 18,5% от поставок такой

продукции страны в целом. Около 9% экспорта составляют продукты пищевой и перерабатывающей промышленности, включая детское питание, шоколад, колбасные и макаронные изделия. Московские продукты питания и напитки особенно популярны в странах СНГ, Китае и Турции.

По результатам двух последних лет экспорт столицы показал рост в химической промышленности (+29,5%), отрасли машин и оборудования (+27%), пищевой промышленности (+23,3%).

Также значительный объем экспорта приходится на медицину и фармацевтику, транспортные средства и комплектующие для них, электронику и электротехнику, легкую промышленность и товары широкого потребления – косметику, бытовую химию, одежду и обувь.

Москва остается и абсолютным лидером среди регионов по объему экспортируемых услуг – 43,7% от общероссийского показателя. Особенно активно столица продвигает продукты креативной индустрии (64%), IT-услуги (56%), а также туризм (29%).

Весомая помощь

Город в лице Московского экспортного центра оказывает системную помощь столичным предпринимателям в продвижении их продукции на зарубежные рынки. МЭЦ предлагает свыше 30 мер поддержки, в том числе обучение и подготовку к экспорту, продвижение и поддержку продаж за рубежом, а также финансовую помощь – гранты и льготное кредитование.

Сегодня столичные компании могут участвовать в образовательных программах, например в мероприятиях Московской школы экспортера, и обучаться онлайн. Активное содействие в подготовке к экспорту оказывают торговые представители России за рубежом. Для этого совместно с Министерством промышленности и торговли РФ в рамках Московской школы экспортера проходят специальные мероприятия «Час с торговым представителем Российской Федерации» и «Диалог с цифровым атташе». На таких встречах бизнесмены столицы могут задать специалистам все интересующие вопросы, познакомиться с нюансами



работы на зарубежных рынках, узнать о потенциально востребованных там продуктах и услугах.

Также столичным предпринимателям доступно участие в различных акселерационных программах, таких как «Экспортеры 2.0», Moscow Fast Track, GoGlobal и др. Акселераторы – это интенсивные практико-ориентированные программы подготовки к экспорту, которые длятся несколько месяцев и дают компаниям возможность продумать конкретные шаги по выводу своей продукции или услуг за рубеж. На сегодняшний день МЭЦ помог пройти такие курсы более чем 700 участникам в рамках 32 потоков акселерационных программ.

Кроме того, Департамент предпринимательства и инновационного развития и Московский экспортный центр развивают программу амбассадоров, оказывающих поддержку столичным бизнесменам при освоении международных рынков. В настоящий момент они работают в Китае, Индии, ОАЭ, Вьетнаме, Малайзии, Египте и Иране. По итогам 2024 года при содействии амбассадоров компании заключили 19 сделок на сумму свыше 1,5 млрд руб.

МЭЦ помогает столичным экспортерам в размещении и продвижении продукции на девяти международных B2B- и B2C-маркетплейсах, таких как IndustryStock, Ecasb, Global Trade Plaza, Noon.com, Supl.biz, Ozon, Uzum, JD.com, Pinduoduo.com, которые популярны в странах Азии, СНГ и Ближнего Востока.

В 2024 году московские компании при поддержке города приняли участие в 14 международных выставках и 21 бизнес-миссии, охвативших 21 страну, включая Индию, Китай, ОАЭ, Таиланд, Турцию, Египет и Вьетнам. Благодаря этим мероприятиям более 600 московских компаний смогли представить свою продукцию за рубежом, заключив 264 экспортных контракта на сумму свыше 4,2 млрд руб.

В 2025 году столичные компании продолжают активно продвигаться за рубежом. Запланировано участие в 14 международных выставках и 16 бизнес-миссиях, которые охватят 23 дружественные страны. Среди них – Китай, Индия, Мексика, Чили, Эфиопия, Беларусь и другие государства с высоким потенциалом для сбыта российской продукции.

Помимо этого, МЭЦ совместно с Российским экспортным центром организует участие в фестивалях-ярмарках. Например, 17 мая в рамках совместного партнерского проекта в Москве стартовала I Международная ярмарка онлайн-продаж российских брендов, одновременно в Харбине дали старт фестивалю-ярмарке «Сделано в России», которая продлилась до 21 мая. Приглашенный блогер Да-

ньдань в прямом эфире из парка «Зарядье» представила жителям Китая более 100 наименований российских товаров: продукты питания (шоколад, морепродукты, мед и т.д.), косметику, бытовую химию и даже детские игрушки. Понравившийся товар можно было заказать в один клик на платформе Kuaishou. По итогам прямого эфира продажи российской продукции превысили 1 млрд руб.

Предприниматели с экспортными контрактами имеют возможность получить грант, так называемый экспортный кешбэк, на сумму до 10 млн руб. На грант в размере до 20% от экспортной выручки по контракту могут претендовать компании, нарастившие экспорт за предыдущий год более чем на 20% или впервые вышедшие на международные рынки; все остальные вправе получить 10% от суммы контракта. Максимальный размер гранта составляет 10 млн руб., при этом он не может превышать 50% от суммы налогов, уплаченных в бюджет города.

На сегодняшний день в рамках проекта выдано более 600 грантов на общую сумму свыше 1,7 млрд руб. Предприятия – производители высокотехнологичной продукции также могут претендовать на льготные кредиты в размере до 100 млн руб. от банков-партнеров на производство и экспорт высокотехнологичных товаров и услуг. Объем поддержанного МЭЦ экспорта составил более 108 млрд руб., а по итогам 2024 года сумма экспортных контрактов столичных предпринимателей превысила 26 млрд.

О них говорят за рубежом

Поддержка, которую власти города оказывают экспортно ориентированным компаниям, дает заметные результаты. Участие в международных мероприятиях и получение целевых грантов становится для многих предпринимателей отправной точкой для масштабирования бизнеса.

Немало конкретных предприятий при поддержке столицы добились успеха за рубежом. Среди них – разработчики высокотехнологичного оборудования и производители любимых продуктов питания.

Так, компания «Оптосистемы» специализируется на создании и производстве эксимерных лазеров, медицинских лазерных систем для коррекции зрения, а также лазерных решений для науки и микроэлектроники. Сегодня это единственная в России и одна из пяти компаний в мире, которая производит подобную технику. Ежегодно «Оптосистемы» экспортируют свою продукцию в СНГ и дружественные страны, включая Китай и Индию. В прошлом году компания воспользовалась грантом на экспортную деятельность от Правительства Москвы и по результатам реализованного контракта вернула экспортный

кешбэк в размере 6 млн руб., который был использован для расширения экспортного потенциала. В этом году «Оптосистемы» также рассчитывают получить грант.

«Изделия, изготавливаемые компанией, получили признание не только в России, но и в других странах. К примеру, в клиниках по всему миру установлено и успешно функционирует более 150 офтальмологических лазерных систем, произведенных нашей компанией. Мы прогнозируем увеличение спроса на нашу продукцию и планируем расширить свое присутствие в ряде стран», – говорят в ООО «Оптосистемы».

Производственное объединение «ГЭОТАР» – еще один успешный бизнес-кейс выхода за пределы отечественного рынка. Компания занимается разработкой и производством образовательных симуляторов и тренажеров для медицины, которые уже работают в 11 странах мира, в том числе в Аргентине, Индии, Испании, Италии, ОАЭ, Казахстане, Мексике, Узбекистане, Франции, Чили и др. Но ПО «ГЭОТАР» не планирует на этом останавливаться и намерено расширять географию своего присутствия.

Для этого компания регулярно участвует в специализированных выставках как в России, так и за рубежом. В рамках онлайн-бизнес-миссий и выездных мероприятий она смогла представить свои образовательные решения на выставках в ОАЭ, Армении, Турции, Казахстане и в бизнес-миссии во Вьетнаме. Более того, благодаря поддержке МЭЦ, а именно услуге «Московский экспортный амбассадор», компания заключила два контракта на поставку симуляционного оборудования в Индию.

«Наша компания не только успешно экспортирует продукцию за рубеж благодаря участию в международных мероприятиях и поддержке городских программ, но и активно ищет новые возможности для расширения своего присутствия на глобальном рынке», – отмечают в ПО «ГЭОТАР».

Любимое многими лакомство – мороженое – тоннами экспортируется из России в дружественные страны. Так, московская фабрика мороженого «БРПИ» представляет на российском и международном рынках концептуальные торговые марки BBrandICE, NATACHA и «Московское мороженое», развивает по франчайзингу свыше 300 фирменных кафе-мороженых в 120 городах России и стран СНГ.

Сегодня продукция Московской фабрики мороженого поставляется во все регионы России и 10 стран мира, включая Китай, Беларусь, Грузию, Казахстан и Узбекистан. Более того, компания готовится

к выходу на новые рынки стран Ближнего Востока, Азии и Африки. «Популярность нашего мороженого у потребителей из зарубежных стран определяется высоким качеством, соответствием современным международным требованиям и широким ассортиментом», – подчеркивают в компании.

В 2024 году АО «БРПИ» принимало участие в выставках, бизнес-миссиях и онлайн-встречах, организованных МЭЦ в ОАЭ, Китае, Саудовской Аравии и странах СНГ. «Презентация продукции на ведущих международных выставочных площадках открывает новые возможности для развития прямого взаимодействия с зарубежными партнерами, способствует расширению географии поставок и реализации экспортного потенциала компании», – добавляют в «БРПИ».

Компания «Очаково», известная своим квасом и лимонадом, поставляет продукцию в страны ближнего зарубежья, а также в Молдавию и Ирак. Развивается экспорт и у бренда «Умные напитки», который уже представлен на рынке ОАЭ.

Расширяя границы

Все больше московских брендов уверенно выходят на международную арену, завоевывая признание потребителей по всему миру.

Марки одежды, в том числе Leffers, Kuchugova, IMK, Li Lab и др., покоряют подиумы, участвуя в неделях моды за рубежом. Пользуется спросом уходовая и декоративная косметика от «Гельтек», Hair Sekta, Russian Beauty Guru и пр.

В области технологий серьезные успехи демонстрируют компании, разрабатывающие интеллектуальные решения и высокотехнологичные продукты. Например, НПЦ «ЭХО+» изготавливает и поставляет системы ультразвукового неразрушающего контроля преимущественно для энергетической и нефтегазовой отраслей промышленности, выполняет проекты как в России, так и за рубежом.

Компания «Таргетта», создающая образовательные программные VR-решения для цифрового здравоохранения, заключила контракт на их поставку в Иорданию. А продукцию московского производителя кованых дисков Power Wheels можно увидеть на автомобилях в ОАЭ.

Экспортный потенциал Москвы охватывает широкий спектр отраслей. И каждая новая история успеха подтверждает: у столичного бизнеса есть все необходимое, чтобы уверенно чувствовать себя на мировом рынке и получать международное признание.

СЕРГЕЙ КИРШ

«Гельтек-Медика»

Медико-косметическая компания

“

Относиться ко всему коллективу как к друзьям. Делать продукцию, которой не стыдно пользоваться самому.

Компании больше 30 лет, и я уже второе поколение собственников. Моя мама открыла ее в 1994-м на базе НИИмедполимер, где разрабатывали гель для аппаратов УЗИ, который тогда только начинали использовать в России. Намного позже мы начали заниматься косметикой: я стал работать в компании, когда учился в РАНХиГС, это направление развивалось уже при мне.

Мы делаем крутые продукты, у нас есть энергия, драйв. Люди это видят и доверяют нам. Мы следим за трендами, запускаем совершенно новые продукты, которых не было в России, например гидрофильный бальзам-точилку.

Главное судьбоносное решение я принял, когда мы начали продавать косметику на маркетплейсах. До этого наша продукция распространялась только через косметологов, с ними мы продолжаем тесно сотрудничать. Отказаться от привычной схемы работы было непросто, но мы успели занять на маркетплейсах свою нишу.

Непросто было и в момент введения санкций: пропадало сырье, менялись маршруты поставок, начались проблемы с платежами. Но

к этому времени уже были хорошая собранная команда, узнаваемый бренд, запасы на складах – все это нам помогло вырасти и «выстрелить». Из-за ухода западных компаний у нас появился шанс, которым мы и воспользовались.

Мы заняли топовые места на маркетплейсах, вышли в топ-20. Сейчас «Гельтек» – один из самых известных онлайн-брендов в стране. Как это стало возможным? Долгосрочные вложения в бренд, вера в себя, огромное трудолюбие и способность идти вперед, как танк.

Правительство Москвы помогало и с покупкой нового оборудования, и с продвижением на иностранных рынках. Очень ценим и информационную поддержку, благодаря которой все больше людей узнает, что в столице производят высококачественную косметику.

Наше московское производство находится на Варшавской, и открытие БКЛ позволило сотрудникам проще добираться до работы. Кроме того, мы подписали договор с особой экономической зоной «Технополис». Когда построят помещение, планируем там развивать производство.

Меры поддержки

Участие в офлайн-мероприятиях, информационная поддержка, международное продвижение бизнеса.



ОЛЕГ МАШИНИН

Генеральный директор ООО «БУТИС»

Микроэлектронное предприятие полного цикла

“

Окружи себя людьми, которые понимают в деле лучше, чем ты, и не мешай им работать.

Наше дело началось в далеком 1992-м, когда «перестройщики» стали громить советский НИИ «Фонон» и нашему инженерному коллективу пришлось организовать товарищество с ограниченной ответственностью, руководить которым поручили мне.

Товарищество назвали «Бытовые устройства телевидения и связи», сокращенно – «БУТИС», оно занималось разработкой и производством акустоэлектронных устройств кодирования-декодирования для платных ТВ-каналов.

В 1998 году у каналов отпала надобность в наших устройствах. Преодолеть этот кризис помог опыт и сплоченность команды: мы разработали частотно-избирательные микросхемы и внедрили их вначале на телевизионные заводы, а затем и на большинство предприятий радиоэлектронного комплекса.

Наш продукт – линейка частотно-избирательных микросхем, а именно пьезоэлектрических фильтров на поверхностных акустических волнах (ПАВ), которые используются практически в любой радиоаппаратуре.

Ввиду сложности математического аппарата и микроэлектронной технологии, необходи-

мых для производства, у нас не так уж много конкурентов в России, и наша продукция лучше и не дороже, чем у других отечественных компаний.

Однако мы пока не вполне можем конкурировать по цене с продукцией китайских, корейских и японских производителей. Для повышения нашей конкурентоспособности по цене нам необходимо многократно увеличить выпуск продукции. Комфортная среда, созданная ОЭЗ «Технополис Москва» в кластере «Микроэлектроника», помогает и способствует такому развитию.

Ярким успехом за последний год мы считаем обновление парка нашего оборудования и создание локализованного микроэлектронного производства. Это стало возможным благодаря субсидиям Минпромторга России и поставкам оборудования из Республики Беларусь.

Основа нашего комфорта для ведения бизнеса в Москве – это инфраструктура, в том числе чистые производственные помещения кластера «Микроэлектроника», созданные на площадке ОЭЗ «Технополис Москва» в Печатниках.

Меры поддержки

Гранты на приобретение оборудования и развитие деятельности, на патентование продуктов.



АЛЕНА КАЛИНОВСКАЯ

**Художник-дизайнер,
основатель бренда EYE project**

Магазин нашивок на одежду и вышивки на заказ

“

Москва в целом очень комфортный город – и для жизни, и для бизнеса. Правительство столицы заботится об этом.

История моего проекта началась с простого желания создавать что-то красивое и нужное людям, с потребности выразить себя через свои таланты, с идеи, что другие люди тоже хотели бы проявлять себя через искусство вышивки.

Я художник и дизайнер с высшим образованием в области легкой промышленности и опытом работы в этой нише более 12 лет. С нуля продавала и продвигала разные продукты и нашла тот инструмент, который полностью выражает меня как личность и соответствует моим идеалам.

EYE project – студия вышивки и бренд концептуальных нашивок, каждый патч – это новая идея, оригинальный элемент гардероба. В своей работе мы используем ручной труд, что сказывается на конечном качестве изделий.

Сегодня это международный проект с доставкой по всему миру. Я постоянно улучшаю свою систему и качество, подогреваю интерес зрителя новыми дизайнами, создаю интересный и вовлекающий контент. Именно в Москве находятся наши лучшие мастера и высокотехнологичное производство.

Я стала участницей нескольких обучающих программ «Малого бизнеса Москвы» – прошла «Школу бизнеса МБМ» и «Прокачай свой бизнес вместе с наставником». Оба эти проекта помогли мне восстановить силы и пересмотреть свои взгляды в отношении моего бизнеса, сориентироваться с товарной линейкой и наметить путь в сторону масштабирования проекта: например, мы стали создавать художественный мерч, стали более детально анализировать рынок и просчитывать риски, перед тем как вкладывать деньги.

За последний год обо мне написали на многих ресурсах столичного правительства, мне удалось проработать бизнес-план для дальнейшего развития. Есть и другие успехи, связанные с личностным ростом: например, я стала меньше переживать по пустякам. Все это в совокупности очень вдохновляет на дальнейшее развитие.

В ближайшем будущем планирую привлечь инвестиции для масштабирования своего бизнеса и поучаствовать в конкурсах на гранты. Кроме того, собираюсь принять участие в проекте «Сделано в Москве».

Меры поддержки

Профессиональное обучение для развития бизнеса.





МОЛОДЫЕ ТАЛАНТЫ:

Им нет и тридцати, но они уже меняют правила игры. Поколение Z, выросшее со смартфонами в руках, выходит на бизнес-арену Москвы с дерзкими стартапами – от цифровой медицины до экологичного производства. И город поддерживает эту энергию: гранты, акселераторы и льготные кредиты стирают возрастные барьеры. Молодые предприниматели решают проблемы, о которых старшее поколение не задумывалось: создают протезы для поврежденных нервов, предлагают замену привычному гипсу, выпускают носки с наночастицами серебра.

Текст: Марина Первухина

КАК ПОКОЛЕНИЕ Z МЕНЯЕТ БИЗНЕС В МОСКВЕ

Новые лица столичного бизнеса

Если раньше предпринимательство ассоциировалось с опытным и признанным бизнес-лидером, требовало значительного капитала, а порой и семейных связей, то новое поколение сломало эти стереотипы. По данным «Росмолодежь.Бизнес», каждый второй молодой человек (56%) в России готов открыть свое дело. Молодые бизнесмены больше внимания уделяют инновациям и балансу между работой и личной жизнью. Новое поколение не боится бросать вызов устоявшимся нормам, часто открывает дело, способное решить актуальные проблемы – от инновационной медицины до сохранения окружающей среды.

Согласно исследованию АНО «Развитие человеческого капитала», 10% молодых предпринимателей в столице начинают с инвестиций в разработки технологических процессов. В числе таких предпринимателей – 18-летний Тимофей Перевенцев, генеральный директор ООО «Полимерлаб. Медтех», автор проекта EXPMD.

«Меня сильно заинтересовало технологическое предпринимательство, когда я уходил из профессионального спорта. Мне было тогда 16 лет. Я учился в Сеченовском университете на кафедре довузовского образования. Знания, полученные в вузе, стали отличной базой для создания успешного дела в области медицины», – рассказывает Тимофей. В 16 лет он стал соавтором проекта по созданию инновационного материала для имобилизации переломов. Казалось бы, зачем, ведь есть всем привычный гипс? Но, согласно данным Ассоциации травматологов-ортопедов России, применение гипса в половине случаев вызывает осложнения. Да и времени на ожидание приема у травматолога уходит много. Поэтому молодые ученые разработали полимерный гипс для фиксации конечностей после переломов и растяжений. Современный материал сверхпрочный, пропускает воздух, его не страшно намочить. Использование российских компонентов и оборудования, а также низкая стоимость делают продукт доступным для всех. Сейчас проект находится на финальной стадии закрытия инвестиционной сделки с ведущим военно-промышленным концерном.

Что вдохновляет и мотивирует

Сегодня в Москве каждый пятый бизнес открыт людьми до 35 лет, подсчитали в АНО «Развитие человеческого капитала». Молодежь прекрасно понимает, что начинать придется в условиях жесткой конкуренции и растущего административного давления. Те новшества, которые у старшего поколения вызывают стресс, для молодых становятся вызовом.

Зумеры великолепно ориентируются в виртуальном мире и видят в искусственном интеллекте драйвер роста, уверенно внедряя ИИ в бизнес-процессы. Они высоко оценивают потенциал соцсетей для работы с аудиторией (TikTok-магазины, Telegram-услуги) и активно ими пользуются. Многие зумеры мечтают о великом: сделать мир лучше, а планету – чище, поэтому обращают внимание на экологичность. Почти каждый третий проект в столице – про zero waste или этичное потребление. Еще одна особенность – поколение Z не боится гибридных форматов и грамотно совмещает офлайн и онлайн. Например, в добавление к онлайн-торговле они обязательно откроют и «традиционный» магазин.

Главный мотиватор молодежи – финансовая независимость. Многих привлекает то, что, открыв свой бизнес, они будут работать не «на дядю», а на себя. Ну и не на последнем месте желание заниматься любимым делом и помогать людям.

Как поддерживает Москва

Власти столицы стараются помогать начинающим предпринимателям, разрабатывая для них разные меры поддержки и программы развития. «Академия инноваторов», например, позволяет воплотить идеи в реальные бизнес-проекты. Участникам предоставляют доступ к экспертной поддержке, инновационным возможностям и деловым контактам.

Так, выпускники МФТИ разработали проект Anix – ПО для автоматизации 2D-анимации – и благодаря участию в «Академии инноваторов» получили 10 млн руб. инвестиций, а также контракт с «Союзмультфильмом». А буквально недавно Anix и еще один выпускник академии, KOLOBOX, объединились и создали мультимедийную сказку.

Премия «Новатор Москвы» – ежегодная награда за прорывные технологии, которые улучшают городскую инфраструктуру. В конкурсе участвуют ученые, изобретатели и предприниматели, чьи разработки помогают решать задачи для бизнеса: увеличить эффективность, сократить издержки и пр. Среди победителей – умные транспортные



Москва верит в свою молодежь, и эта вера оправдывается с лихвой. Поколение Z не просто строит бизнес, а создает новую экономику столицы, где возраст перестает быть препятствием, а технологии служат людям. И самое впечатляющее, что это только начало.

системы, снижающие логистические затраты, экологические технологии, позволяющие городу стать чище, а также медицинские стартапы. Поддерживает идеи молодых IT-специалистов хака-тон «Лидеры цифровой трансформации». На нем участники представляют свои инновационные цифровые решения, а победители получают до 1 млн руб. и возможность реализовать свою идею. Но существует и множество других программ для поддержки и развития молодых. Например, основатель компании «CorpLife. Медь для жизни» и разработчик антибактериальных носков с наночастицами меди Кирилл Чижов прошел обучение от «Малого бизнеса Москвы» и заново пересобрал свой бизнес. «Мы стали совсем другой компанией, более структурированной и серьезной. Считаю, что это обучение очень нам помогло вырасти за короткий срок. Также мы стали финалистами программы “Московский акселератор” и победителями акселератора “Спорттех”. Пользовались поддержкой опытных наставников в рамках обучающих программ, стали участниками программы “Сделано в Москве”, благодаря которой рассказываем о себе на различных отраслевых мероприятиях и выставках», – подчеркивает Кирилл.

Сегодня компания Чижова сотрудничает с брендом «Рексона». «Вместе с ними мы создали комплекты полной защиты от запаха пота – их дезодоранты и наши носки. Круто, когда твою технологию поддерживают такие мастодонты рынка», – делится бизнесмен.

Вызовы и решения

Сооснователь стартапа «Нейрографт» по разработке протеза для восстановления поврежденных нервов на основе нановолокон, младший научный сотрудник Института кластерной онкологии им. Л. Л. Левшина Сеченовского университета Марк Габриянчик отмечает, что для технологических стартапов, рожденных в стенах лабораторий университетов, период ожидания инвестиций становится настоящим испытанием на прочность.

«Это не просто пауза в развитии, а сложный психологический рубеж, когда энтузиазм первых месяцев сталкивается с суровой реальностью бизнес-мира. Где каждый день без ответа от инвесторов кажется шагом назад», – признается Габриянчик. Но городские гранты и программы помогли молодым умам развить бизнес и обрести полезные контакты. Команда Марка прошла через «Академию инноваторов» и стала победителем премии мэра Москвы «Новатор Москвы».

Сегодня ключевая цель молодых предпринимателей – закрепить в роли лидера российского рынка нейроимплантов. Ребята намерены захватить сразу половину доли рынка после выхода первого

продукта и подготовить плацдарм для развития компании в странах СНГ.

С нехваткой финансирования на старте столкнулся и создатель металлических изделий Денис Тюпин. Банки отказывали молодому предпринимателю в кредитах, но с поддержкой Департамента предпринимательства и инновационного развития Москвы он смог купить современное оборудование. В общей сложности компания получила более 8,5 млн руб. Благодаря этим средствам были приобретены станки, расширены мощности, созданы новые рабочие места с достойной зарплатой.

Сегодня «Доступные Технологии» – это почти 30 человек, от технологов и операторов до бухгалтеров и конструкторов. За плечами команды Дениса десятки успешных проектов, а среди продукции – шкафы для аккумуляторов, серверные стойки, корпуса для станций электрозаправки, шасси для дата-центров и многое другое. Помимо недостатка финансирования на первых порах молодежь сталкивается с трудностями в поиске партнеров или единомышленников. Решить проблему помогает участие в различных бизнес-сообществах, например в Клубе молодых предпринимателей от «Росмолодежь.Бизнес».

Первые шаги

В будущем молодежный бизнес продолжит двигаться в сторону технологических инноваций, социальных проектов и устойчивого развития. По данным НАФИ, 18% потенциальных предпринимателей хотели бы заниматься проектами, нацеленными на решение социальных, культурных и экологических вопросов. Чтобы стать бизнесменом, молодым людям надо определиться с идеей. Затем нужно исследовать потенциальный рынок: проанализировать конкурентов, целевую аудиторию, спрос и предложение. Следующий этап – подготовка бизнес-плана: цели, стратегии, финансовые показатели, риски и меры по их минимизации. Для получения поддержки и информации стоит посетить центры «Мой бизнес» в Москве, в которых оказывают бесплатную консультационную помощь, помогают с регистрацией бизнеса и оформлением документов. Помимо этого, город предлагает молодым предпринимателям различные ресурсы и программы поддержки, в том числе гранты и курсы обучения («Стартап-школа МБМ», «Онлайн-академия МБМ»).

«В самом начале пути, когда ваша ракета начинает отрываться от земли, пробуйте всё. Участвуйте во всех акселераторах, пользуйтесь всеми мерами поддержки, связями, наставниками, коллегами-предпринимателями, тестируйте гипотезы, очень много гипотез. И главное, верьте: все у вас получится!» – советует Кирилл Чижов.

ОЛЕГ ЛАРИОНОВ

Основатель и генеральный директор Laros Beauty Group

Профессиональная косметика для ухода за волосами

“

Сегодня – все, что у нас есть. Не нужно откладывать на потом реализацию идей и принятие решений. Не бойтесь ошибаться, кризисы – это опыт.

Более 20 лет я занимался дистрибуцией профессиональной косметики, но в глубине души думал о создании собственного бренда. Когда западные компании стали массово уходить из России, я понял: или сейчас, или никогда.

Изначально мы планировали контрактное производство и столкнулись с огромной проблемой: большинство потенциальных партнеров не были заинтересованы в создании качественного продукта, стандартным предложением было взять готовую формулу и наклеить свою этикетку. Возможно, такой бизнес подходит для продаж на маркетплейсах, но точно не для профессиональной бьюти-индустрии. Салоны красоты – очень требовательные клиенты.

Тогда мы приняли решение создать собственный завод, открыть свою лабораторию. Производство требует гораздо большей организованности. Теперь я очень рад, что пошел именно по этому сложному пути. В качестве косметики своего бренда я могу быть уверен на сто процентов.

Мы производим профессиональную косметику, используем только самое качественное и проверенное сырье, наши химики в курсе

всех инноваций в индустрии и сами предлагают новые решения.

Laros Beauty работает с салонами красоты по всей России, но Москва – самый перспективный рынок. Здесь внимательно следят за трендами, удивить столичные салоны сложнее, но работать с ними интересно. Оборот компании за 2024 год вырос в два раза – это большой успех, мы надеемся в будущем сохранить темпы роста.

Москва – наверное, самый комфортный город для жизни и работы, не только в России, но и во всем мире. Предпринимателям город предоставляет массу возможностей. Например, нам специалисты «Малого бизнеса Москвы» помогли разобраться в нюансах торговли на маркетплейсах, и благодаря полученным рекомендациям мы подняли продажи примерно на 30%. А еще широкую рекламную и консультационную поддержку: мы дали несколько интервью, приняли участие в городских мероприятиях, стали участниками проекта «Сделано в Москве». Всё это помогает охватить широкую аудиторию, привлечь новых клиентов и сделать бренд более узнаваемым.

Меры поддержки

Поддержка в продвижении проекта.



АЛЕКСАНДР НАЗАРЕНКО

Генеральный директор
GN axel (ООО «Джиэнаксель»)

Разработка и поставка материалов для микроэлектроники

“

Каждому этапу развития бизнеса – свой подход. Все зависит от специфики конкретного бизнеса и продукта, который он реализует.

В какой-то момент я осознал, что не хочу работать в найме, а хочу сам влиять на отрасль, делать ее лучше. На ранних этапах развития бизнеса благодаря кредиту под 7% при поддержке Правительства Москвы мы смогли резко масштабироваться в условиях ковида.

За последние несколько лет, получив субсидии на оборудование, мы значительно расширили производственную площадку, приобрели высокотехнологичное оборудование и смогли локализовать новые для себя технологические операции. Мы постоянно развиваем и улучшаем нашу продуктовую линейку, наша продукция не уступает западным аналогам.

GN group – группа технологических компаний, фокусирующихся на материалах и оборудовании для микроэлектроники, биологии, медицины и других отраслей. Первая компания, GN axel, специализирующаяся на разработке материалов для микроэлектроники на основе керамики, была основана в 2015 году. На

сегодняшний день она активно сотрудничает с крупными концернами и предприятиями (Росэлектроника, Росатом, «Швабе», КРЭТ и др.), ведет разработки совместно с ведущими российскими вузами, развивает собственное производство и включена в реестр организаций, осуществляющих деятельность в сфере радиоэлектронной промышленности.

Московская среда помогает расширять наш парк оборудования и обучать персонал. Город модернизирует и строит технопарки, что очень удобно для производственного бизнеса. Это значительно упрощает запуск новых площадок. Думаю, микроэлектроника будет оставаться одним из приоритетных направлений развития в нашей стране и столице.

В ближайшие годы мы планируем расширение номенклатуры выпускаемой продукции и увеличение доли рынка, в частности за счет масштабирования производственных процессов. Как показала практика, при поддержке города это получается быстрее и проще.

Меры поддержки

Льготный кредит под залог интеллектуальной собственности.
Грант на покупку оборудования и обучение сотрудников.



ВЕРА ПРОКИНА

Генеральный директор ООО «Дизайрс групп», основатель бренда Perfer

Интернет-магазин дизайнерских сумок и аксессуаров из натуральной кожи

“

Креатив – это не хаос, а продуманное отступление от плана. Главное – найти баланс.

Все началось с любви к искусству и традициям. Я воспринимаю вещи как проводников от художников к повседневности. Миссия Perfer – наполнять смыслом то, что мы используем каждый день. В век быстрого потребления особенно ощущается нехватка предметов с характером. Мы создаем аксессуары с идеями, историей, настроением.

Я делаю авторские коллекции сумок и аксессуаров с уникальной визуальной концепцией. Это не тираж, а идея, зафиксированная в материале.

Москва – мощная культурная платформа, и возможность работать с институциями вроде Третьяковской галереи или независимыми арт-пространствами дает нам устойчивое преимущество.

У малого бизнеса в России преодоление – это часть штатной задачи. Мы стабильно движемся к целям, не ставим себе ультиматумы. Сейчас мы готовимся к открытию собственного офлайн-пространства – это не просто точка продаж, а место встречи с нашими покупателями.

Изначально было много эмоциональных решений, сейчас мы перешли к системной работе: добавили цифры, стратегию, но не потеряли спонтанность там, где она уместна. Бизнес – это не только таблицы, но и интуиция, эксперимент, иногда – странное решение, которое вдруг оказывается самым точным.

Москва – город возможностей, но и высокой конкуренции. Здесь важно быть честным в том, что вы делаете. Мы участвуем в проекте «Сделано в Москве». Это мощная форма поддержки, которая дает брендам не только витрину, но и голос. Возможность участвовать в маркетах, быть представленными на крупных городских площадках – это реальный канал продаж и повышения узнаваемости. Городские инициативы могут помочь в продвижении, логистике, доступе к выставочным и торговым площадкам.

Помимо этого, городская культурная среда формирует нужную нам аудиторию. Выставки, маркеты, Московская неделя моды помогают брендам заявить о себе не только в индустрии, но и в медиаполе.

Меры поддержки

Участие в офлайн-мероприятиях, информационная поддержка.



ИХ НЕ ПОБЕДИТЬ

ЛУЧШИЕ НОВЫЕ КНИГИ О ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯХ

Отчего россияне часто страдают «синдромом Емели» и как предпринимателю превратить эту особенность в преимущество? Как делать бизнес с Китаем? Почему российскими ресторанами управляют «руководители по залету»? Мы составили подборку самых обсуждаемых бизнес-бестселлеров последних лет.

Текст: Наталья Севастьянова

Дмитрий Соколов-Митрич
«Сверхновые русские.
Продуктивный класс России.
Драйв, смысл и место
в глобальном будущем»
Бомбора, 2025

Россия – страна, которая сумела первой выйти в космос, но не способна наладить серийное производство хотя бы тапочек. С этим стереотипом решил поспорить бывший главный редактор «Русского пионера», а ныне предприниматель Дмитрий Соколов-Митрич.

В своей книге он исследует истории российских предпринимателей, которые запустили бизнес мирового уровня. Основанное Дмитрием Симоненко предприятие InnaLabs делает суперкомпактные гироскопы, в том числе для SpaceX и Google.

Федор Овчинников создал сеть быстрого питания «Додо Пицца», которая организована по последнему слову информационных технологий. Пермьяк Антон Волков, не покидая родного города, запустил культовую игру «Танки Онлайн», сервис для совместной работы Miro и интернет-магазин автомобилей Carl.

Все эти люди – «сверхновые русские», класс глобальных инноваторов, для которых любить родную страну – нормально, утверждает Соколов-Митрич. Они интересны миру именно потому, что интересны себе: свою предпринимательскую суперсилу они черпают из родной культуры.

«iSpring – один из мировых лидеров в сегменте LMS (Learning Management System), – приводит пример автор. – Полный глушняк где-то между Татарстаном и Чувашией – то самое место, где родилась лучшая в мире платформа для корпоративного обучения. Ее клиенты – Microsoft, Google, Procter & Gamble, Oracle, IBM, Tesla Motors, Siemens, Pfizer, LEGO и десятки тысяч других компаний по всей планете. И да, офис iSpring находится не в Калифорнии, не в Сингапуре и даже не в Москве, а в 800 км от нее». На таких удивительных историях построена вся книга.

Впрочем, чтобы вырастить в России большое дело, одной лишь любви к родине недостаточно. Автор отмечает особенности менталитета россиянина: например, мы не любим рутинную работу, нам хочется, чтобы кто-то сделал ее «по щучьему велению», а мы бы в это время занялись чем-то более творческим.

Черты национального характера – одновременно и трудность, и преимущество: мало просто учитывать их и уж тем более совсем не нужно пытаться побороть – надо придумать, как использовать их наилучшим образом.

Это, по мнению Соколова-Митрича, и получилось у героев его книги, каждый из которых сумел в рекордные сроки запустить и вывести на окупаемость свой уникальный бизнес.

Продуктивный класс – те, кто умеет создавать новое, несмотря на любые трудности, – для нашей страны намного важнее креативного: именно он способен вывести экономику страны на новый уровень, уверен автор.



Борис Зарьков
**«Менеджмент глазами
 ресторатора»**
 Bookwings, 2025

Борис Зарьков – человек, создавший один из самых успешных в России ресторанных альянсов (White Rabbit Family, объединяющий White Rabbit, «Сахалин», Selfie и другие заведения). Свой двадцатилетний опыт предпринимателя он решил обобщить в нетолстой книжке «Менеджмент глазами ресторатора». Это полноценный учебник для всех, кто имеет отношение к сервисному бизнесу – с конкретными схемами и примерами, но без скучной теории и оторванных от жизни рассуждений: здесь только проверенные решения и личный опыт человека, который знает индустрию изнутри.

Зарьков считает, что ресторанный сфера остро нуждается в уроках менеджмента. Ведь главный тип управленца здесь – «руководитель по залету», обычно бывший су-шеф, который в блюдах разбирается лучше, чем в людях, а о современных способах обучения сотрудников часто не имеет ни малейшего представления. Он может идеально приготовить стейк, но не знает, как считать маржинальность, выстраивать процессы или мотивировать команду. В результате самая популярная жалоба рестораторов звучит так: «Зал полный, выручка есть – прибыли нет». На примерах из собственной практики автор показывает, как выстраивать организационную структуру и процессы, принимать решения, правильно формировать и применять KPI.

Но главные вопросы, которым Зарьков уделяет внимание, – как наладить управление людьми и выстроить корпоративную культуру компании. Это, по мнению предпринимателя, самая важная часть работы руководителя, о которой рестораторы задумываются на удивление редко. Как находить таланты? Как их удержать? Как создать такую атмосферу, где люди будут расти вместе с компанией? На все эти вопросы в книге даются конкретные ответы.

Зарьков подчеркивает: прежде чем требовать изменений от команды, нужно измениться самому. Ресторанный бизнес не про деньги, а про людей. Если у ресторатора нет видения будущего, если ему нечем увлечь работников – значит, его заведение будет в лучшем случае плыть по течению, в худшем же и вовсе закроется.



Значительная часть книги посвящена тому, как разобраться в себе и своих мотивах – и только затем начать тренировать коллектив. «Мы скорее спортивная команда, чем семья», – говорит автор о своей компании. И проводит параллель между ресторанным бизнесом и футболом: каждый игрок находится на своей «части поля» и выполняет свои задачи, но, если все сотрудники не начнут действовать как одна команда, компания проиграет. Зарьков считает, что ресторанный сфера остро нуждается в инновациях, в умении находить новые способы работы с клиентами, новые форматы заведений, новые методы управления сотрудниками.

«Ставьте под сомнение любое утверждение, особенно если вы слышите “так было всегда”, “так никто не делает”, “это сто процентов так!”. Тут не получится просто повторить за другими, скопировать чей-то чужой удачный опыт. Здесь приходится ежедневно изобретать и переизобретать свой бизнес: только тогда он сможет удержаться на плаву в любую погоду», – убежден бизнесмен.

Автор учит не бояться экспериментировать, пробовать новое и, главное, мыслить не как ресторатор, а как предприниматель.

Юлия Зайцева
«Корпорацию не нагнешь»
 МИФ, 2024

Юлия Зайцева – железная женщина. Это понимают все, кто ее видел. Она представитель редкой для России профессии – литературный продюсер. Российский книжный рынок сложный и не особенно большой. Продвижение приватизировано как издательствами, которые пытаются загнать авторов в однообразные серии, так и литературными «междусобойчиками», где знакомые раздают друг другу премии.

Чтобы работать на этом поле, нужна поистине невероятная вера в свой успех, а заодно и в писателя, которого продвигаешь. У Зайцевой все это есть. Ее многолетний клиент – Алексей Иванов, один из лучших российских писателей. Трудно поверить, что когда-то издательства отказывались брать его книги: «Географ глобус пропил» пролежал в столе восемь лет, «Общага-на-Крови» – целых тринадцать.

Важный ингредиент успеха Иванова не только его удивительные романы, но и преданный продюсер, которая взяла на себя всю коммуникацию с издательствами, киностудиями и литературными критиками, чтобы писатель мог сосредоточиться на главном – книгах.

«Эрнст напрягается, сдвигает звериные брови, а потом вдруг резко подается через стол на меня и выбрасывает вперед правую руку с крупной мужественной кистью, собранной в выразительный и конкретный фак. “Корпорацию не нагнешь”, – мысленно перевожу я с хищного. Все молчат. А я смотрю на средний палец повелителя Останкинской башни и думаю о восьмимиллионном кредите, который повесила на себя, чтобы завершить проект», – так описывает Зайцева встречу со всемогущим руководителем Первого канала, который в результате столь непростых переговоров все-таки согласился взять в эфир фильм «Хребет России», основанный на изысканиях Алексея Иванова.

Зайцева не скрывает ничего: она готова уговаривать, пугать, давить, лишь бы добиться успеха. На первых страницах книги это даже шокирует. Но затем понимаешь: все ее методы оправданы, ведь у предпринимательницы есть миссия, и в данном случае это совсем не высокие слова. Творческий человек часто человек отчаявшийся: сколько одаренных литераторов окончили свой путь, не начав, сдавшись на первых же отказах

издательств, смирившись с тем, что им придется зарабатывать на кусок хлеба поденщиной, а не литературой... Юлия Зайцева доказывает, что талант можно и нужно продвигать как коммерческий проект, – и это вдохновляет.

“
**ХОРОШИЙ ЭФФЕКТИВНЫЙ
 ПРОДЮСЕР – ФИГУРА ПО
 ОПРЕДЕЛЕНИЮ СКАНДАЛЬНАЯ.
 ЕГО ЗАДАЧА – ДВИГАТЬ АВТОРА.**





Константин Батанов
«Китай для бизнеса. Тонкости взаимодействия с китайскими партнерами и потребителями»
Альпина Паблишер, 2023

Китаевед и автор бестселлера «Ни хао!» написал книгу, которая посвящена региональным особенностям нашего восточного соседа. Мы обычно воспринимаем эту страну как монолит – государство с единым языком, менталитетом и образом жизни. Однако на самом деле Китай похож на лоскутное одеяло: отдельные провинции могут отличаться друг от друга в культурном плане даже больше, чем, скажем, Франция от Бельгии.

Жители Внутренней Монголии – честные, но не любят торопиться. В провинции Фуцзянь, напротив, обитают самые хитрые дельцы в мире: недаром отсюда вышли многие нувориши, пополнившие китайский список миллиардеров, который составляет исследовательский институт Nurgun. Гуандунцы – прогрессивные, открытые любым инновациям: именно в этом регионе в 1979 году начались первые рыночные эксперименты, а расположенный тут технологичный Шэньчжэнь по праву называют городом будущего.

“**ЧТОБЫ ПРОДАТЬ ПЛОХОЙ ТОВАР, НУЖНА КРАСИВАЯ УПАКОВКА. ЧТОБЫ ПРОДАТЬ ПЛОХОЙ ТОВАР В СЛЕДУЮЩИЙ РАЗ, НУЖНА НОВАЯ КРАСИВАЯ УПАКОВКА И ДРУГОЕ НАЗВАНИЕ (КИТАЙСКАЯ ПОСЛОВИЦА).**”

Менталитет жителей разных городов и провинций уходит корнями в далекое прошлое: деловая хватка одних объясняется тем, что их малая родина была частью Великого шелкового пути, а безалаберность других связана с тем, что в их провинциях с давних времен занимались разве что скотоводством. Вот почему делать бизнес с Китаем, а тем более в самом Китае непросто. Требуется разбираться в региональных (а часто и этнических, если речь идет о малых народах) особенностях и находить подход к мало похожим друг на друга жителям страны.

Книга Батанова по жанру представляет собой занимательное страноведение, однако в ней много поучительных примеров того, как надо и не надо вести дела с Поднебесной. Автор рассказывает множество историй о местном предпринимательстве, причем многие из созданных в Китае бизнес-рецептов вполне годятся и для России. Например, Батанов упоминает остроумную рекламу, которую придумал один из китайских ресторанов. Заведение разместило объявление о том, что ищет официанта, который владеет восемью иностранными языками.

Пользователи интернета горячо приняли это обсуждать – мол, владельцы с жиру бесятся, где они найдут такого специалиста? – и тем самым обеспечили ресторану бесплатное продвижение. А когда ресторан заявил, что наконец нашел нужного работника, туда валом повалили любопытные посетители, желающие посмотреть на удивительного полиглота.

«Китай для бизнеса» вселяет в читателей уверенность: хотя КНР для нас до сих пор другая планета, разобраться в местной жизни все же получится.

Михаил Жуков
«HeadHunter: успех неизбежен. Как стартап стал лидером онлайн-рекрутинга и изменил рынок труда»
Альпина Паблишер, 2024

Знаменитую кадровую интернет-компанию четверть века назад создал Михаил Фролкин, бывший плотник с двумя неоконченными высшими образованиями. В далеком 2000-м ему было всего 23 года, и идея выглядела необычайно смелой, если не сказать безумной: в то время россияне искали работу не онлайн, а в газете «Из рук в руки» и тому подобных печатных изданиях.

Фролкин одним из первых оценил возможности интернета, однако HeadHunter еще много лет оставался не слишком известной площадкой, которая почти не развивалась. Масштабирование началось в 2008 году, когда в компанию пришел Михаил Жуков, который еще в 1990-е был заместителем гендиректора в крупнейшей российской компании – интеграторе IBS, а затем занимался IT-направлением в «Сибуре».

Жуков возглавлял HeadHunter в течение 15 последующих лет; под его руководством компания пережила и спад деловой активности, который наступил после глобального финансового кризиса, и расцвет рынка труда в 2010-е, и пандемию ковида, из-за которой множество предприятий перешло на «удаленку».

Философия управления, которую Жуков раскрывает в своей книге, начинается с фразы, которую он сказал насмерть напуганным сотрудникам компании сразу после своего назначения: «Давайте договоримся, что вы все будете коллективно нажимать на педаль газа, желательнее каждый на свою, а если что, на педаль тормоза смогу жать я один и подруливать эту машину. Главное – быстро двигаться вперед. Успехи компании – это ваши успехи. Проблемы и неудачи компании – это мои проблемы и неудачи».

Вскоре после этого HeadHunter превратился в площадку для экспериментов, далеко не все из которых приносили плоды, но самые успешные обеспечили ей то место на рынке, которое она сейчас занимает. Самое главное в этой философии – человек важнее процесса. Большинство компаний строит свою работу иначе: управлен-



цу кажется, что достаточно грамотно прописать все ключевые функции сотрудников и команда начнет работать с точностью часового механизма. А происходит совсем другое: на ключевых должностях оказываются люди, которые не знают, что делать, и компания перестает развиваться. Михаил Жуков рассказывает, как избежать такой ситуации и построить работу не вокруг процессов, а вокруг конкретных людей, которые и станут ее главными локомотивами.

Книга написана увлекательно: это не гимн конкретной компании (печальная особенность большинства историй, которые пишутся лишь ради того, чтобы подсветить бренд в медиапространстве), а рассказ о долгой дороге проб и ошибок. Дороге, которую руководитель не сумел бы пройти, если бы рядом с ним не шли десятки талантливых людей.



«КАПИТАНЫ БУДУЩЕГО»

«Капитаны будущего» – это экосистема познавательного детского контента в области науки о завтрашнем дне или «увлекательном завтраведении», созданная издательством «Красный квадрат». Серия книг «Капитаны будущего» – это инвестиция в образование и развитие детей. Книги для любознательных молодых людей, интересующихся наукой, технологией и перспективами будущего. Микс увлекательных историй и важных научных фактов, представленных в доступной и интересной форме.

АЛЕКСАНДР СОШИЛОВ, АЛЕКСЕЙ ЧУДАКОВ

Сооснователи бренда Climtcosmetics

Бренд и интернет-магазин российской косметики

“

**Не бояться, не отступать
в случае неудачи, развивать
личные навыки.**

История Climtcosmetics началась в 2022 году, а 2024-й стал переломным в жизни компании. Нас вдохновляет постоянный поиск идеальной косметики, чтобы предлагать актуальные решения, соответствующие текущим трендам.

Мы любим свою аудиторию и с радостью общаемся с ней, Climtcosmetics – открытый бренд. Офлайн-площадки помогают личному общению: мы проводим презентации и мастер-классы, чтобы посетители могли познакомиться с маркой и получить подарки.

Много работаем над ассортиментом, наш хит – термотушь. В этом году мы сильно расширили ее цветовую палитру. С помощью новых оттенков emerald green и magic violet можно создавать уникальные образы – как повседневные, так и для вечернего макияжа. Все это стало возможным благодаря московским производственным мощностям.

Армия поклонников продукции Climtcosmetics активно растет, а это большая ответствен-

ность. Сервис становится одним из ключевых факторов доверия бренду, мы уделяем этому большое внимание, обрабатываем каждое обращение.

Москва очень быстро развивается, становится комфортнее для жителей и бизнеса. Порой мы сами удивляемся, как много активностей предлагает Департамент предпринимательства и инновационного развития города. Мы с удовольствием участвуем во всевозможных городских активностях проекта «Сделано в Москве». Проекты «Лето в Москве», «Зима в Москве», профильные выставки и пр. Помимо маркетинга, мы обсуждаем вопросы льготного кредитования, которое тоже доступно для бизнеса.

Мы планируем активное развитие, кратное увеличение ассортимента и объемов продаж. Живое общение, соприкосновение с брендом на мероприятиях и в медиапространстве, кредитование – все это играет большую роль в развитии бизнеса.

Меры поддержки

Участие в офлайн-мероприятиях, информационная поддержка.



МАРИЯ РАФИКОВА

**Директор и дизайнер
бренд одежды MERÉ**

Марка и магазин одежды

“

Создавайте то, что будет интересно людям. А дальше – мечтать, двигаться вперед и никогда не сдаваться!

MERÉ – это мое детище, продолжение меня. Я по первому образованию психолог, строила карьеру в HR и, чтобы отвлечься от офиса, начала шить. Хобби стало смыслом жизни. Сначала шила для себя, потом моими изделиями заинтересовались друзья, затем пришли клиенты.

Бренд был основан в 2018 году, в 2022-м я запустила мужскую линейку MR by MERÉ. В 2020-м, когда в локдаун закрылись все наши партнерские шоурумы, мы вышли в онлайн и запустили свой канал продаж.

Основной принцип MERÉ – подчеркивать внутреннюю красоту человека. Наша миссия – помогать людям находить свой стиль в чистоте форм и качестве изделий. Мы отшиваем одежду на базе собственных лекал, трепетно подходим к выбору тканей, обращаемся к истории костюма, к разным модным эпохам и событиям. А еще сочетаем опыт прошлых поколений, закладываем идею комфорта и адаптируем изделия для повседневной жизни, делаем капсулы вне времени, оставаясь в стилистике нашего бренда.

Бренд дважды принимал участие в Московской неделе моды, MBFW Russia и маркетах «Сделано в Москве». Подобные мероприятия позволяют познакомить с маркой новую аудиторию, в том числе регионы, и увеличить продажи. Самые яркие моменты 2025 года – показ на Московской неделе моды и совместный проект, а также лимитированный дроп одежды с театром Ермоловой и Олегом Меньшиковым.

Наш бренд сформировал свое комьюнити, программу лояльности и четкое понимание стратегии развития. Из года в год мы уделяем все большее внимание структурированному подходу к ведению бизнеса, глубоким аналитическим исследованиям, обучению сотрудников и транслированию через них ценностей MERÉ.

Возможность участия в модных показах и городских маркетах с полным обеспечением процесса продаж (персонал, эквайринг) и размещением наружной рекламы оказывает существенное влияние на позиционирование индустрии моды, популяризацию российских дизайнеров и экспансию брендов в регионы.

Меры поддержки

Участие в онлайн-мероприятиях, информационная поддержка.



БОГДАН БРОВЧЕНКО

Управляющий директор
Группы АЗТ

Многопрофильная группа компаний, ориентированных
на фармацевтический рынок

“

Мой подход к бизнесу строится на трех китах: честность, мужество и трезвый расчет. В фармацевтике, где на кону человеческие жизни, иначе нельзя.

Моя история в бизнесе началась с того, что жизнь просто привела меня к этому. Как потомственный провизор и кандидат химических наук, я не представлял себя обычным клерком.

Последние годы стали настоящим испытанием. С 2022-го трудности идут нескончаемой чередой, но именно в этот период нам удалось совершить настоящий прорыв.

Мы разработали препарат, который превращает смертельное орфанное заболевание в управляемое состояние. Это специализированное лечебное питание – пока мы не афишируем детали, но результат революционный: дети, которые раньше были обречены, теперь получают шанс на полноценную жизнь.

Особая гордость – наш комбинированный препарат от ВИЧ «Фосфаладин». Он дает 100% гарантию предотвращения передачи вируса от матери к ребенку даже при естественных родах. Регионы оценили его по достоинству:

только в этом году объем госзакупок составил 80 млн руб.

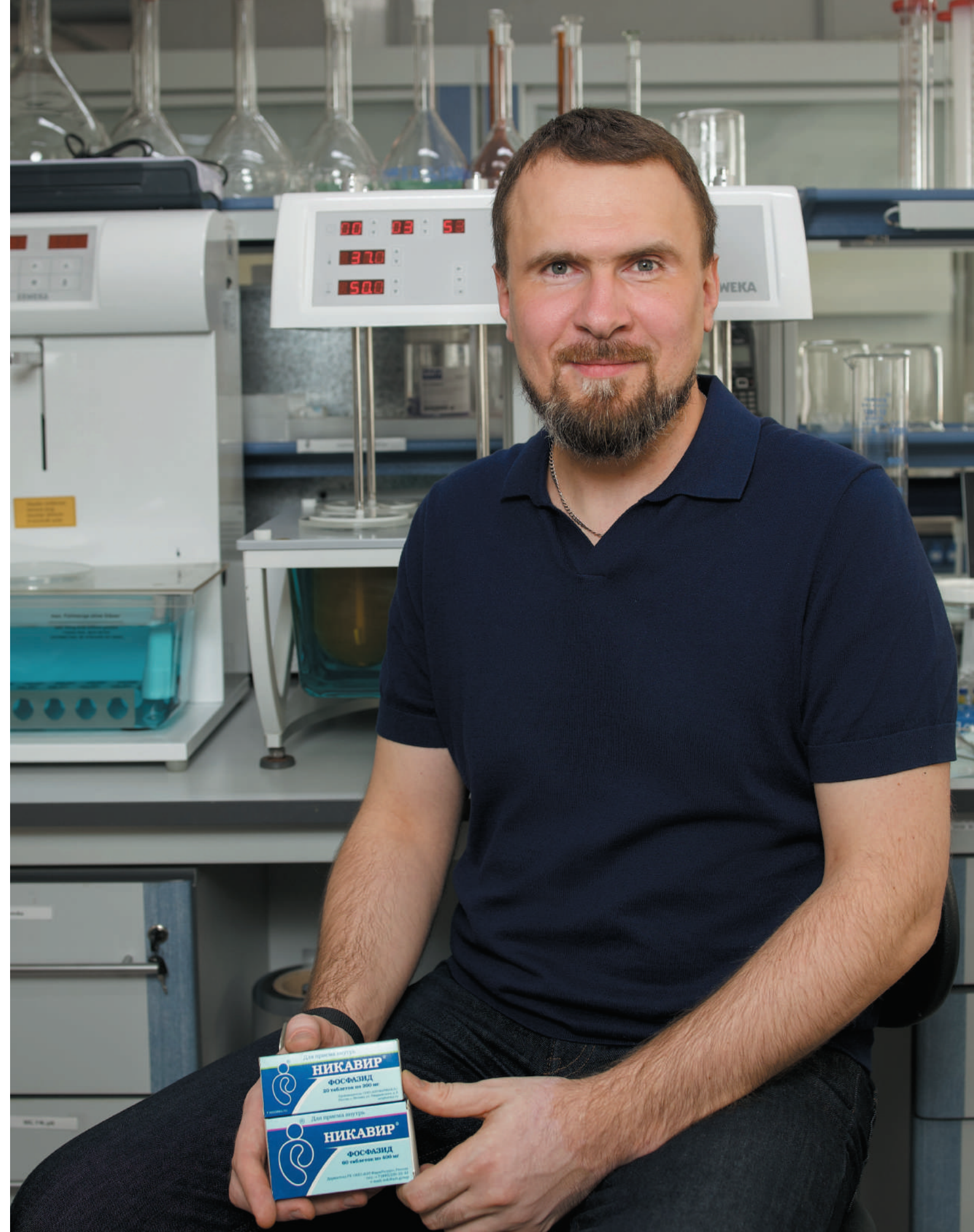
Что касается поддержки, то мы успешно пользуемся субсидиями на оборудование. В 2020 году смогли компенсировать сеть производственной линии и сейчас тоже планируем участвовать.

Начинающим предпринимателям я бы посоветовал запастись терпением и не сдаваться при первых трудностях. Хотя должен признать: в нынешних условиях, когда кредиты для малого бизнеса предлагают под 28% при ключевой ставке в 21%, выживать действительно трудно.

О перспективах на три-пять лет говорить сложно: в нашей среде это непозволительная роскошь. Да, мы работаем над расширением продуктовой линейки, но наша стратегия слишком рискованна, чтобы раскрывать детали. Можно сказать только одно: мы продолжим делать то, что умеем лучше всего, – создавать лекарства, которые меняют жизни людей.

Меры поддержки

Субсидия на приобретение оборудования.



КИРИЛЛ ОРЛОВ

Директор SportDots

Производство инновационной ортопедической одежды для реабилитации после травм и при проблемах с суставами

“

Никогда не останавливайтесь на достигнутом. В инновациях остановка означает мгновенное отставание.

Мой путь в инновациях начался еще в 2002 году, сразу после института. За это время я успел поработать в самых разных сферах, от сельского хозяйства до вакуумной техники, получил несколько патентов. Но настоящей страстью стало создание инновационной спортивной одежды и ортопедических изделий нового поколения. Идея пришла из желания «хакнуть» здоровье.

Начали мы буквально с нуля – без бюджета на производство, маркетинг или рекламу. В этом нам очень помогли московские программы поддержки. Особенно ценной оказалась возможность презентовать продукт на отраслевых выставках и конференциях. Благодаря этому мы не только получили обратную связь от потенциальных клиентов, но и нашли первых партнеров. Акселерационные программы помогли развить навыки в маркетинге и ведении бизнеса, а поездки за границу (в том числе в Индию) открыли новые перспективы для сотрудничества.

Переломный момент наступил, когда к нам обратились из Ассоциации скандинавской ходьбы. Хотя изначально мы ориентировались на профессиональных спортсменов, запрос от пожилых людей на решение проблем с суста-

вами стал поворотной точкой. Разработанные нами наколенники стали хитом продаж.

Мы заняли третье место на пекинском конкурсе High-Tech среди 7000 стартапов. Награда в 500 тыс. юаней (около 6 млн руб.) от мэра Пекина подтвердила, что наша технология действительно востребована в мире.

Сейчас перед нами стоит амбициозная задача увеличить масштабы бизнеса в 10–20 раз за три-пять лет. Для этого планируем локализовать производство в Азии и на Ближнем Востоке, используя программы МЭЦ.

Москва остается для нас ключевой площадкой: здесь сосредоточены основные финансовые потоки, спортивная инфраструктура и, что важно, наши потенциальные клиенты. Только в московском марафоне ежегодно участвуют сотни тысяч человек – это огромный рынок для наших решений.

Мы постоянно тестируем новые гипотезы, улучшаем продукт и ищем нестандартные решения. Главное – не бояться менять подход, когда этого требует рынок, как это сделали мы, переориентировавшись с профессиональных спортсменов на более широкую аудиторию.

Меры поддержки

Выход на международный рынок.



НИНА САМОХИНА

Дизайнер и основатель бренда одежды
Secret Garden

“
Не тратьте деньги на логотип, упаковку и офис – сначала разберитесь с продуктом и целевой аудиторией. Мой личный принцип – делать как для себя.

Никогда не думала, что буду заниматься чем-то кроме дизайна или архитектуры. Еще в школе делала одноклассникам работы по ИЗО за скромный гонорар. У меня два образования – архитектора и дизайнера одежды. В архитектурном институте появилось хобби – ботаническая иллюстрация.

Уже в «Британке» я напечатала ткани со своими картинками и сделала небольшой дроп пижам и рубашек. Назвала Secret Garden (с отсылкой к зимнему саду на балконе в родительском доме) и выложила в соцсеть. Так началось мое дело. Одним из сложных и переломных моментов стало рождение сына. Ребенок мотивировал меня арендовать мастерскую и найти постоянного помощника.

Сейчас мы сосредоточены на производстве наших бестселлеров – сумок-цветов. Это уникальное торговое предложение, я первая вышла с ним на российский рынок, задав тренд.

Московская среда очень чувствительна к необычным фешен-продуктам, популярность

наших изделий выросла благодаря модному и креативному комьюнити, которое очень лояльно восприняло изделия Secret Garden. При поддержке московских и питерских блогеров и стилистов о новой марке узнали по всей России, география наших отправок расширилась. За год выручка компании выросла в 4,2 раза. Это стало возможным благодаря уникальному дизайну, вниманию к качеству, общению и бережному отношению к клиентам.

Участие в зимнем столичном «Маркете волшебства» проекта «Сделано в Москве» позволило получить дополнительную прибыль и дало возможность долгосрочного офлайн доступа посетителей к примеркам и покупкам во время праздников. У нас интернет-магазин, и людям не хватает возможности потрогать и примерить изделия.

Очень помогают и другие столичные сервисы: транспорт, возможность вести документооборот по ЭДО, работа с электронным кабинетом налогоплательщика и цифровая подпись, развитая сеть ПВЗ, компании доставки.

Меры поддержки

Участие в онлайн-мероприятиях, информационная поддержка.



КИРИЛЛ И АЛИНА ЛЕХАНОВЫ

Основатели проекта РТЕНЧИКИ

Мемори-боксы, альбомы и книжки

“**Суть нашего подхода – соединять душу и системность. Тогда получается не просто бизнес, а что-то, чем действительно можно гордиться.**”

Мы супруги, в 2016 году у нас родилась дочка – и открылся новый неизведанный мир детского шопинга. Тогда большая часть виш-листа набиралась из витрин европейских брендов. Одной из находок, которые не продавались в России, стал мемори-бокс.

Нам нужно было с нуля придумать и произвести 24 предмета (бокс и его составляющие), на производство первой партии ушел целый год.

На рынок мы вышли с одним абсолютно новым и не совсем очевидным продуктом, ценность которого предстояло объяснить аудитории. Но с первых дней стало понятно, что идея хранения воспоминаний о детстве очень трогает людей.

«Птенчики» – это упаковка воспоминаний. Наша миссия – сделать так, чтобы люди могли поймать себя на ощущении, что здесь и сейчас – прекрасный момент, который больше не повторится.

Следом за мемори-боксом мы выпустили книги для написания писем ребенку в будущее «Твои 18», это наши бестселлеры. Мы придумываем новые трогательные продукты, рас-

сказываем о них с любовью и вовлекаем аудиторию: книги семейных рецептов, посылки от зубной феи, наборы для фотоистории детства и еще 12 категорий продуктов.

В октябре мы запустили карточную игру «Новогодние разговоры», уже в ноябре первый тираж, 2000 экземпляров, был полностью раскуплен. Второй тираж тоже разлетелся за две недели.

Как ни странно, именно в пандемию «Птенчики» окрепли и полетели. Люди захотели заниматься «медленными» делами, до которых прежде не доходили руки. А вот санкции нам дались непросто: в тот момент мы лишились всего – и налаженного производства, и единственного канала продаж.

Мы начинали свой проект как онлайн-магазин, но наш продукт – это не про «добавить в корзину». Это про впечатление, тактильность. Эту задачу нам помог решить проект «Сделано в Москве». Мы участвовали и в городских инициативах – «Территория будущего. Москва 2030» и «Зима в Москве». Участие в таких мероприятиях – это еще и про репутацию, статус и доверие аудитории.

Меры поддержки

Участие в офлайн-мероприятиях, информационная поддержка.



ИНСТРУКЦИЯ:

КАК БИЗНЕСУ ПОЛУЧИТЬ ПОДДЕРЖКУ ОТ ПРАВИТЕЛЬСТВА МОСКВЫ

**Как воспользоваться субсидией на экспорт,
провести пилотное тестирование продукта
за счет города или быстро найти сотрудников
с нужными навыками?**

В Москве работают десятки программ поддержки бизнеса – от стартапов на стадии идеи до производственных компаний с экспортными контрактами. Мы собрали в одном гайде все популярные запросы и рассказали, куда обращаться, если нужны консультация, помещение, грант, кадры или даже международное продвижение.

«Малый бизнес Москвы» (МБМ) с 2012 года помогает предпринимателям столицы и тем, кто только планирует начать свое дело. Для них доступны бесплатная консультационная и образовательная поддержка и более 35 онлайн-сервисов, призванных облегчить ведение бизнеса. Здесь помогут с регистрацией ИП или ООО, подготовят необходимые документы, подберут подходящий налоговый режим, а кроме того, расскажут о существующих мерах поддержки и ответят на интересующие предпринимателей вопросы ведения бизнеса.

Ежегодно организация проводит более 500 бесплатных образовательных и деловых мероприятий различных форматов с участием ведущих специалистов: о налогообложении, управлении, финансах и маркетинге. Они актуальны как для начинающих, так и для действующих предпринимателей, проходят очно и дистанционно.





Есть опыт, но нет проекта

Талантливым IT-специалистам, у которых есть опыт работы, но нет собственного продукта, «Развитие человеческого капитала» предлагает принять участие в хакатоне по разработке цифровых технологий. Участники соревнований собирают команду и в короткий срок с нуля создают решение под запрос города или крупного бизнеса, а затем дорабатывают и внедряют его.

Самый масштабный – конкурс мэра Москвы **«Лидеры цифровой трансформации»**, в котором можно получить денежную премию. Участникам предлагают решить одну из актуальных задач для города – например, создать электронную базу бездомных животных, интерактивную карту благоустройства столицы или сервис персональных рекомендаций по организации досуга. Победители и призеры цифровых конкурсов и хакатонов получают денежные премии, которые помогают им доработать продукт и открыть стартап. Конкурс проводится с 2019 года. За это время в IT-соревнованиях зарегистрировалось более 40 тыс. человек, а общий призовой фонд превысил 170 млн руб.

А для стартапа конкурс «Лидеры цифровой трансформации» – это способ найти решение реальных задач и выйти на рынок с готовым продуктом. Постановщики задач могут найти потенциальных сотрудников, а участники – превратить идеи в бизнес. Призовые деньги помогают покрыть первые расходы: доработку MVP, регистрацию юрлица, тестирование. Если проект решает конкретную проблему города, у него уже имеется потенциальный заказчик.



У меня есть идея для стартапа, хочется ее усилить

«Академия инноваторов». Это международная образовательная программа для технологических проектов, которая подходит тем, кто делает первые шаги в технологическом предпринимательстве и только формирует команду и продукт. Программа помогает протестировать идею, собрать MVP, понять, как выйти на рынок и где искать первых клиентов. Курируют проекты трекеры, а также менторы и эксперты. А еще проводятся сессии с инвесторами и корпорациями, которые ищут решения для своих задач. По итогам лучшие команды получают шанс на поддержку от города, инвесторов или партнеров. Участники акселератора уже привлекли более 630 млн инвестиций и грантов.



Есть проект, нужна поддержка

«Новатор Москвы». Ежегодный конкурс мэра Москвы для изобретателей, ученых, предпринимателей и стартапов, которые создают технологии, способные изменить городскую жизнь. Участники соревнуются в трех номинациях:

«Проект будущего» – для проектов ранних стадий (премия до 500 тыс. руб.);

«Меняющие реальность» – для проектов стадии MVP (премия до 1 млн руб.);

«Лидеры инноваций» – для проектов с готовым продуктом (премия до 1,5 млн руб.).

Призовой фонд – 20,7 млн руб. В 2025 году конкурс привлек более 5 тыс. участников и более 1,5 тыс. заявок, в финал выйдут 90 проектов, из которых 36 станут победителями и призерами.



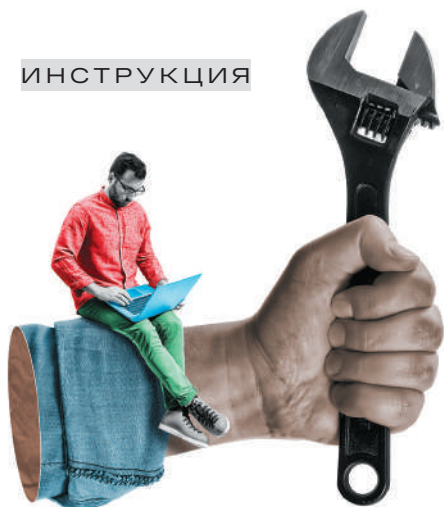
Куда идти с инновационной разработкой

Есть три основных направления работы департамента, каждое из которых ориентировано на разные потребности: внедрение, финансирование, развитие инфраструктуры проекта.

«Московский инновационный кластер». Помогает технологическим проектам пройти путь от идеи до внедрения, дает доступ к консультациям, тестированию и патентованию инноваций. Кластер помогает выстраивать кооперационные цепочки: находить партнеров, заказчиков, подрядчиков и исследовательские команды. Кроме того, платформа облегчает получение господдержки – грантов, субсидий, льготного финансирования.

«Дело в Москве». Сайт-журнал для привлечения инвестиций – настоящий навигатор по всем видам финансовой поддержки для предпринимателей. Здесь можно найти информацию об актуальных грантах, субсидиях, компенсациях и льготных займах с подробными условиями, суммами и сроками подачи. Заявки подаются онлайн – достаточно загрузить документы и отследить статус. На сайте уже представлена информация о проектах в сферах технологий, культуры, транспорта, спорта, науки, коммунального хозяйства, IT и производства. Цель «Дела» – помочь как можно большему числу проектов привлечь финансирование. Актуально для тех, кто раньше не пользовался господдержкой.





Технопарки Москвы. Сюда следует обратиться, если у вас технологический и промышленный бизнес, которому нужна инфраструктура. Пространств для бизнеса в столице сейчас более 40. В Технопарках помогут с арендой офисов, лабораторий, коворкингов или производственных помещений – здания полностью готовы к работе. Также технопарки дают доступ к оборудованию: 3D-принтерам, станкам ЧПУ, измерительной технике.

Другая важная функция Технопарков – помощь с сертификацией, испытаниями и выводом продукции на рынок. Многие сотрудничают с вузами и НИИ: это упрощает поиск разработчиков и исследователей. Кроме того, бизнес-резиденты могут рассчитывать на льготы по аренде, налогам и подключению к инженерным сетям.

! У меня классный бизнес, которому нужна финансовая поддержка

Грант на патентование. Помогает покрыть затраты на патентование изобретений и полезных моделей. Сумма гранта – 75 тыс. руб. за один российский патент и до 5 млн руб. для одного заявителя зарубежных патентных заявок в год. Кстати, после введения этой инициативы количество зарегистрированных патентов в Москве выросло на 26%.

Грант на приобретение оборудования и развитие деятельности. Компенсирует затраты на приобретение в лизинг оборудования, а также уплату процентов по кредитам. Сумма – до 30 млн руб. в год.

Грант экспортерам. Покрывает до 20% от экспортного договора. Размер выплаты – до 10 млн руб.

Грант на пилотные тестирования инновационных решений. Позволяет компенсировать расходы на площадку, логистику, монтаж, демонтаж, техническое обслуживание, сертификацию, регистрацию, ФОТ, клинические испытания и аренду оборудования. Можно получить до 2 млн руб. (или до 4 млн, если проект кооперационный).

Инвестиционные кредиты. Выдается заем размером до 300 млн руб. на срок до семи лет. Ставка – от 3% годовых, льготный период – до трех лет. Средства можно направить на модернизацию производства, закупку оборудования и расширение бизнеса.

Кредиты под залог интеллектуальной собственности. Сумма – до 50 млн руб. под 3,5% годовых. Предназначается для стартапов, у которых есть права на изобретения, программы или технологии.

! Моему бизнесу нужно дополнительное продвижение

«Сделано в Москве». Проект мэра по продвижению локальных брендов. Создан для представителей бизнеса, зарегистрированных в столице и производящих товары на ее территории.

Цель: увеличить узнаваемость брендов московских производителей и их выручку. Участникам проекта доступно множество бесплатных инструментов продвижения от города:

- размещение товаров и услуг на портале «Сделано в Москве» и в социальных сетях;
- наружная реклама;
- публикации и специальные проекты в СМИ;
- участие в крупнейших маркетах, ярмарках и выставках;
- интернет-реклама;
- витрины на крупнейших маркетплейсах и др.

Проект объединяет более 7 тыс. московских брендов, а на сайте представлено более 34 тыс. товаров из разных категорий: косметика, одежда, мебель, товары для дома и др. У проекта есть онлайн-шоурум «Сделановмоскве.рф», а также пять постоянных магазинов. Помимо этого, «Сделано в Москве» организует различные офлайн-мероприятия, участвует в масштабных

зывать обучение под конкретные задачи бизнеса или поучаствовать в совместной разработке программ.

Доступны индивидуальные форматы, корпоративные тарифы и программы поддержки от города. Это платформа, где бизнесу не нужно тратить время на адаптацию: сотрудники выходят с готовыми прикладными навыками.

Start in Moscow. Сервис, который помогает иностранным специалистам начать карьеру в столице. Платформа дает возможность привлечь зарубежные таланты в московский бизнес и уже объединила более 80 бизнес-партнеров и 13 вузов. Компании получают резюме отобранных кандидатов, готовых к релокации и работе в международной среде.

Сервис позволяет быстро закрыть вакансии и расширить команду за счет мотивированных и адаптированных специалистов, не тратя ресурсы на первичный найм, отбор и адаптацию. На цифровой платформе Start in Moscow, доступной на пяти языках, уже зарегистрировались более 300 профессионалов из-за рубежа; с апреля 2024 года в рамках проекта в высокотехнологичные столичные компании были интегрированы более 160 иностранцев: 99 человек трудоустроены, 44 прошли стажировку, 15 приступили к практике.

Добровольный квалификационный экзамен. Сервис подтверждения уровня знаний молодых специалистов со всей России, стремящихся еще во время учебы начать карьеру. Для бизнеса это эффективный инструмент, позволяющий найти стажеров и молодых специалистов. Благодаря ему предприниматель получает доступ к базе соискателей, которые уже подтвердили свои знания и навыки.

За восемь лет своего существования пилотный проект превратился в онлайн-платформу для подтверждения уровня знаний молодых специалистов. С 2017 года тесты ДКЭ прошли более 146 тыс. молодых людей из 582 российских и 24 иностранных вузов.

На платформе представлены онлайн-тесты по 70 профессиям в пяти востребованных рынком труда направлениях: цифровые технологии, инженерия и строительство, менеджмент, креативные индустрии, услуги для населения. При успешном прохождении теста у участника в личном кабинете появляется возможность прикрепить свое резюме и получить предложение о стажировке от партнеров. Сейчас это более 140 компаний, в том числе лидеры рынка.

отраслевых выставках и городских ярмарках. Участником может стать московская компания, чье производство частично или полностью расположено в столице. Заявки на вступление подаются на сайте business.sdelanovmoskve.rf.

Программа развития экспорта Московского экспортного центра. Сегодня МЭЦ предлагает более 30 программ и сервисов для бизнеса. Компаниям предоставляются обучение и подготовка к выходу на экспорт, помощь в продвижении и продажах за рубежом, финансовая поддержка по уже заключенным контрактам.

Так, например, МЭЦ проводит семинары и акселерационные программы для предпринимателей, обеспечивает участие в выставках и бизнес-миссиях, дает возможность льготного кредитования и получения экспортных грантов.

На поддержку МЭЦ могут рассчитывать предприниматели из самых разных отраслей – от ИТ, высоких технологий, легкой, пищевой и химической промышленности до кино и анимации, сферы транспорта.

! Мне нужна помощь с развитием команды: обучить сотрудников и нанять новых

У ДПИР есть отдельная организация – «Развитие человеческого капитала». Здесь можно получить необходимые навыки, чтобы вырасти в профессии. Для бизнеса доступно несколько опций.

Субсидия на обучение сотрудников. Возмещает до 95% затрат на обучение. В абсолютных цифрах это до 120 тыс. руб. за одного сотрудника в год. Размер выплаты – до 10 млн руб.

«Техноград». Инновационно-образовательный комплекс, который помогает быстро обучить работников или подобрать готовые кадры с нужными навыками – от цифрового маркетинга и клиентского сервиса до сварки. Обучение проходит на оборудовании, которое используют реальные компании, по программам, составленным с участием бизнеса. Всего предлагается более 120 курсов по ключевым отраслям: ИТ, инженерия, строительство, дизайн, управление.

Для предпринимателей «Техноград» – инструмент, который помогает решать кадровые задачи. Можно провести оценку персонала, органи-

АЛЕКСЕЙ ВОПИЛКИН

Генеральный директор НПЦ «ЭХО+»

Разработка, изготовление и поставка систем неразрушающего контроля для различных отраслей промышленности

Рискуй, но с умом. Когда в 1990-е умные ребята отказывались к нам идти, я видел в их глазах страх перед неизвестностью. Сегодня те, кто рискнул, ведущие специалисты страны.

2 апреля 1990 года мы с академиком Николаем Алешиным – царство ему небесное – сделали первый шаг в неизвестность. Я тогда был уже доктором наук, но в кармане – ни копейки, только горящие глаза моих первых сотрудников из Акустического института, поверивших в нашу безумную идею. 1990-е проверяли нас на разрыв: то потоп в арендованном офисе с плавающими компьютерами, то исчезнувшие в банковской яме векселя Курчатковского института. Пришлось продать собственную квартиру, чтобы сохранить команду. Но именно тогда, в отчаянии, я наугад позвонил директору Смоленской АЭС – и это стало поворотным моментом. «Вы нас спасли», – сказал он, разглядывая нашу аппаратуру на своем столе.

2003 год едва не поставил точку в нашей истории: жуткая авария, 20 минут я находился между жизнью и смертью, срочная операция. Пока я боролся за жизнь, мой заместитель пытался переманить лучших специалистов. Но команда не предала – никто не ушел. Вот что значит настоящие люди!

За 35 лет мы прошли путь от голографических методов диагностики (где стали монополистами в атомной отрасли) до революционных си-

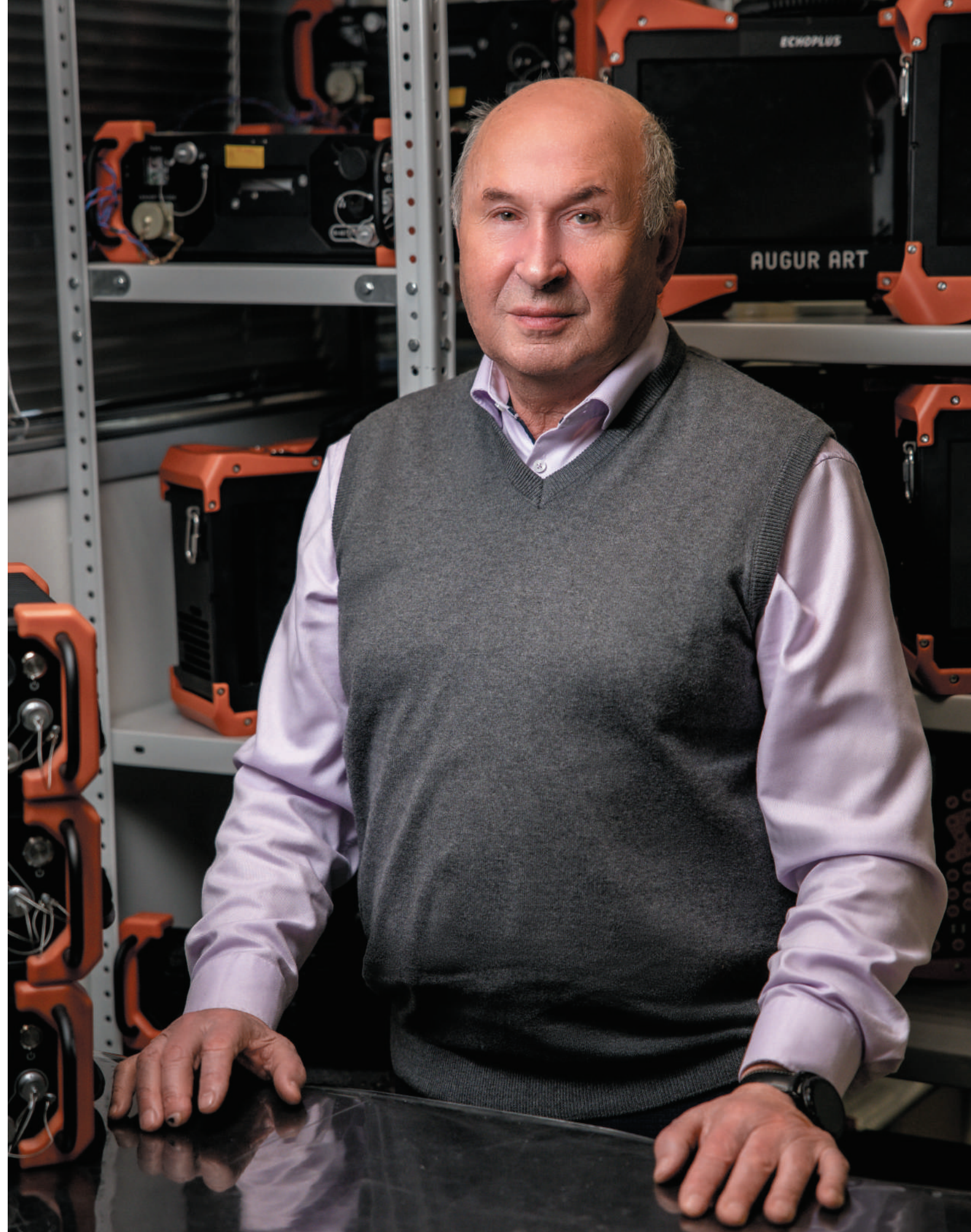
стем мониторинга трубопроводов с ИИ. У нас 40 запатентованных методик контроля – больше, чем у всех российских институтов, вместе взятых! Особой гордостью стала 640-страничная монография – единственная в стране по нашей тематике.

Сейчас мы в шаге от революции: разрабатываем датчики для трубопроводов, которые будут работать десятилетиями, а ИИ – прогнозировать развитие дефектов. Уже тестируем систему на реальных объектах – после того самого взрыва газопровода в столице спрос на такие решения вырос в разы. Москва поддерживает нас с 2010 года: 10% от экспортных контрактов (например, когда мы спасли Армянскую АЭС от закрытия) и 50% компенсации за оборудование (получили 1,25 млн руб.). Но главное – это люди: четыре доктора наук, три кандидата и 450 научных публикаций.

Начинающим предпринимателям говорю: без науки бизнес задыхается. Мы всегда планируем на 10 лет вперед, вот и сейчас готовим прорывные исследования, которые перевернут отрасль. После взрыва газопровода город как никогда нуждается в наших решениях – значит, будем работать!

Меры поддержки

Грантовая поддержка для выхода на международные рынки.
Гранты на приобретение оборудования



СВЯТОСЛАВ СТЕСИН

Генеральный директор «Битроботикс»

Производитель высокотехнологичных решений
на основе роботов

“

**Мой главный принцип
в бизнесе – доверять
инициативным профессионалам,
делегируя им максимум задач.**

В 2018 году мы разработали и поставили роботизированный комплекс для производства сдобных ватрушек в пекарню «Черемушки». Эта машина, ставшая интересным инженерным решением, доказала свою эффективность и дала нам зеленый свет на развитие собственного дела.

Переломный момент наступил в феврале 2022 года, когда все наши инвестиционные проекты, которые мы готовили в 2020–2021 годах, внезапно остановились. Ситуацию усложнил уход с российского рынка нашего ключевого партнера – компании Bosch. Нам пришлось оперативно менять компоненты на аналоги из дружественных стран, что потребовало серьезных инвестиций.

Спасением стал резервный проект – разработка бурового робота для газовых скважин, который мы с 2019 года вели совместно с «Газпромом» и «Уралмашем». Несмотря на скепсис многих экспертов, нам удалось доказать, что российская команда способна создать такое высокотехнологичное решение.

Сегодня мы строим собственное производство в «Технополис Москва», где получаем зна-

чительную поддержку: льготную аренду помещений, пониженные страховые взносы, а также субсидии на лизинг оборудования (компенсировали около 25% стоимости).

Мы являемся предприятием полного цикла в сфере промышленной робототехники, от разработки конструкторской документации и ПО до производства всех узлов и агрегатов – роботов, конвейерных систем, рам и интерфейсов. Это уникальный для России уровень глубины интеграции. Сейчас мы конкурируем как с китайскими и японскими производителями, так и с их местными интеграторами.

Сначала определитесь, предприниматель вы или нет. Если да, то со временем найдете свою нишу. Чем уже специализация, тем лучше.

Мировой тренд на роботизацию только усиливается из-за проблем с наймом персонала, особенно низкоквалифицированного. Развитие собственной промышленности – вопрос национальной безопасности. Да, есть сложности с доступом к капиталу, но мы верим, что меры поддержки на федеральном и городском уровнях помогут технологическим компаниям реализовать свой потенциал.

Меры поддержки

Льготная аренда и субсидии на лизинг.



ВАССА ЯКОВЛЕВА

Сооснователь бренда VASSA&Co

Дизайнерская женская одежда

“

Мы видим и ценим инициативы Правительства Москвы по поддержке как всей отрасли, так и конкретно нашего бренда.

Я всегда знала, что буду дизайнером. Получив образование за рубежом, я работала в крупных международных брендах, где оттачивала собственный почерк и стиль. Как только поняла, что готова предложить миру то, что будет отличаться от всего остального, я вернулась в Россию и воплотила свою мечту в жизнь.

Бренд VASSA&Co был основан в 2000 году, в этом году мы отмечаем 25-летие. Это первая в России марка премиум-класса, с авторским стилем в эстетике русского конструктивизма и собственным высокотехнологичным производством.

Каждый раз, создавая новые коллекции, мы творчески перерабатываем текущие модные тренды, всегда сохраняя основы своей концепции: минимализм, строгость линий, четкость силуэта, геометрию и трансформацию, функциональность и высокое качество. Наши вещи созданы для жизни в современном мегаполисе и закономерно востребованы в Москве.

Мы развиваемся в соответствии с вызовами времени, сейчас акценты смещены на digital, изменились операционные процессы, горизонт планирования стал меньше, а ситуация требует большей гибкости.

Наша миссия – развитие идей русского конструктивизма, сохранение традиций лучших специалистов индустрии и исторического наследия. В марте этого года состоялась церемония передачи коллекции «VASSA: антология русского конструктивизма» в фонд отдела тканей и костюма Государственного исторического музея.

Благодаря проекту «Сделано в Москве» мы смогли стать частью крупных городских мероприятий, а также получить значительную долю информационной поддержки. В Москве комфортно развиваться предпринимательству, потому что город предоставляет разнообразные меры поддержки, что позволяет становиться конкурентоспособным на рынке.

Меры поддержки

Участие в онлайн-мероприятиях, информационная поддержка.



МИХАИЛ ГРАЧЕВ

Генеральный директор Como Casa

Дизайнерская мебель

“

Верить в свое дело, но и не забывать, что волшебных таблеток нет. Нужно приложить много усилий, чтобы увидеть результат.

Путь компании Como Casa начался в 2010 году, когда я открыл студию Style Home. Самое главное для каждого человека – дом и семья. Основа уюта – в пространстве, где мебель играет немаловажную роль. И наша цель – делать красивую мебель, которая добавляет интерьеру индивидуальности и служит долгие годы.

Первый год после запуска производства был непростым. У нас сложные формы, мы искали самые инновационные технологии, было сложно собрать команду на производстве – людей, болеющих своим делом. Иногда опускались руки, но мы не сдавались и по крупицам собирали профессионалов, которые делают работу с любовью.

Мы не копируем европейские фабрики, а конкурируем с ними, идем путем разработки собственного дизайна и технологий. В ближайшее время, надеемся, начнем отгружать нашу мебель не только по России, но и в другие страны.

Мы научились выстраивать системность как в производстве, так и в продажах. Каждый отдел знает, как налажены процессы и происходит работа, все четко отслеживается: поставки материала, изготовление, доставка до клиента. То же самое касается и продаж. Здесь нужно держать руку на пульсе, подстраиваться под ситуацию и не отпускать контроль.

Главное – как для сотрудников, так и для клиентов – вести прозрачный бизнес. Моя команда знает, из чего складывается заработная плата, для клиентов у нас открыты все цены, каждый понимает, какие есть варианты. Нужно быть честным в своем деле. Работать на качество и стремиться сделать продукт еще лучше – от этого зависит как собственный рост, так и рост компании. Наша компания принимала участие в выставках «Сделано в Москве», с партнером – во всероссийской выставке по поставке ткани, и о нашей фабрике узнало еще больше людей. Очень хотелось бы поучаствовать в других проектах.

Меры поддержки

Участие в офлайн-мероприятиях, информационная поддержка.



АРТЕМ СОЛОМНИКОВ

Генеральный директор
«ИМПРИНТА ДЕВЕЛОПМЕНТ»

“

Главное – не пропустить свой «эпизод из сериала», который станет точкой отсчета.

В 2012 году я продавал шоколадные сувениры в Красноярске, даже не подозревая, что через год случайный эпизод из сериала «Теория большого взрыва» перевернет мою жизнь. Помните сцену, где Говард печатает миниатюру себя на 3D-принтере? Тогда же по телевизору мелькнул сюжет о предпринимателях, делающих чехлы для телефонов на таких устройствах. Эти два «знака» плюс рассказ друга о бизнес-акселераторе с 3D-печатью фигурок – и я решил: почему бы не попробовать? Так из торговли шоколадом я шагнул в технологический бизнес, который сегодня включает разработку собственных 3D-принтеров и организацию международных отраслевых форумов.

Переломных моментов было много, но ни один не стал фатальным. Партнерские конфликты, финансовые ямы, даже ковид – все это закаляло. Например, в 2014-м обвал рубля неожиданно сыграл нам на руку: спрос на отечественное оборудование взлетел. Но главный урок – трудности всегда следствие недоработок. После 2019-го я начал глубже анализировать риски: если раньше о спецоперации или пандемии я узнавал постфактум, то теперь учусь прогнозировать тренды. Как? Беру ответственность за все провалы на себя – так проще находить слабые места и расти.

Переезд в столицу в 2019-м был логичным шагом: 80% нашей аудитории – ЦФО. Но главное – здесь сосредоточены возможности, которых нет в регионах. Став резидентом «Сколково», мы получили субсидию на оборудование, что

ускорило запуск новой производственной линии. Сейчас мы развиваем образовательное направление в «Технограде» – еще одной точке поддержки города. Где еще, кроме Москвы, стартап может получить доступ к лабораториям, грантам и нетворкингу с индустрией в одном месте? Даже банальная компенсация затрат на выставки через программы Мосинноваций экономит сотни тысяч рублей.

Мой совет новичкам: используйте меры поддержки как «пятый F» в дополнение к классическим источникам стартового капитала (4F – Family, Friends, Fools, Founders). В 2012-м я бы убился за грант в 500 тыс. руб. на тестовый образец – сегодня такие конкурсы, как ежегодный конкурс инновационных изобретений и новаторских идей «Новатор Москвы», дают даже больше. Важно не бояться диалога с властью: например, наше сотрудничество с Департаментом предпринимательства и инновационного развития началось с мелкого проекта – детского чемпионата по 3D-технологиям, а выросло в крупные инициативы. В ближайшие три-пять лет мы сфокусируемся на двух направлениях: промышленная 3D-печать для предприятий Москвы и экспорт образовательных программ. Городские инициативы здесь не просто помощь, а рычаги. Например, резидентство в ОЭЗ снижает налоговую нагрузку, а программы МЭЦ упрощают выход на зарубежные рынки. «Бери ответственность за все провалы – так ты отсекаешь 90% ошибок». Бизнес – это не про «вау-эффект», а про ежедневную работу над недочетами.

Меры поддержки

Грант на развитие проекта, грант на приобретение оборудования.



ИРИНА АМОСОВА

Сооснователь компании ESTILAB

Российский производитель косметики
с доказанной эффективностью

“

Бизнес – это возможность изменить мир вокруг себя, оставить свой след.

Поворотным моментом стал 2014 год. Я предложила своим коллегам Марии Дьячковой и Юрию Фесенко рискнуть и создать свой косметический бренд. ICON SKIN – это мой выстраданный ответ на годы борьбы с акне. Я не понаслышке знала, как мучительно сложно найти средства, которые решают, а не просто маскируют проблему. Мы привлекли косметологов, дерматологов, химиков и, что особенно важно, самих пользователей – тех, кто, как и я, искал решение. Целых два года мы посвятили поиску эффективных формул, тестировали, собирали обратную связь, стремились к настоящему прорыву.

Наш путь начался с 12 позиций. Но уже через четыре года ассортимент разросся до 90 наименований. Одними из первых в России мы стали производить энзимные пудры, вернули представление о пилингах, сделав их безопасными для домашнего использования.

Выйдя из профессионального сегмента на массовый рынок, мы сохранили свою ДНК: только доказанная эффективность. Мы сотрудничаем с ведущими университетами, привлекаем спе-

циалистов в области косметологии и пластической хирургии. Собственное производство и R&D-центр в Москве – это наша гордость и наша сила. Сегодня мы производим от 350 тыс. до 500 тыс. единиц продукции в месяц, сотрудничаем с гигантами ретейла и маркетплейсов, наша продукция представлена уже в 13 странах.

Наш старт в 2016 году был тесно связан с участием в программе поддержки малого бизнеса Москвы. И с тех пор такое взаимодействие стало для нас точкой роста. Мы использовали образовательные программы, программы поддержки по выходу на экспорт, получили гранты на модернизацию оборудования и стали участниками программы «Сделано в России».

Мы плотно сотрудничаем с МЭЦ, который помогает нам проводить исследования новых рынков, организует бизнес-миссии для поиска партнеров. Наша компания получала субсидированные кредиты, которые помогли профинансировать оборотные средства, а также льготы в ОЭЗ «Дубна», предоставленные под строительство нового завода.

Меры поддержки

Профессиональные образовательные программы, программы поддержки по выходу на экспорт. Грант на покупку оборудования и развитие деятельности. Информационная поддержка, участие в онлайн-мероприятиях.



СЕРГЕЙ ГУЦУЛ

Генеральный директор
ООО «СИЛАРТ»

Производитель систем управления промышленным климатом

“

Чтобы выделяться и расти, важно быть готовым к риску, уметь быстро адаптироваться и постоянно учиться.

С детства мне нравилось разбирать, собирать, мастерить, придумывать. Любовь к технике и технологиям привела меня на факультет физики и техники. Создав компанию, я сосредоточился на главном – разрабатывать и производить оборудование, которое может конкурировать с зарубежными аналогами и превосходить их по качеству, надежности и эффективности. Сигналы, что я иду в правильном направлении, появились, когда стал звучать термин «импортозамещение».

За 16 лет существования компании мы прошли путь от дистрибьютора до производителя, теперь мы локализовали в России производство продукции, которое не имеет аналогов на внутреннем рынке.

Продукция SILART применяется в самых разных отраслях, от дата-центров, телеком-оборудования и POS-терминалов до банкоматов, шкафов автоматизации, систем видеонаблюдения и терминалов самообслуживания, – везде, где требуется надежное охлаждение или обогрев.

С 2024 года мы уже третий раз успешно подаем заявку на грант на приобретение оборудо-

вания. Частичное возмещение средств стимулирует нас продолжать инвестировать в производство и увеличивать его объемы. Мы рассматриваем и возможности выхода на экспортные рынки.

В Москве существует множество городских программ и инфраструктурных решений, которые поддерживают наш бизнес и способствуют его росту. Например, программы по финансированию предоставляют гранты на возмещение затрат на приобретение оборудования, обучение сотрудников и регистрацию патентов, что позволяет нам реализовывать новые идеи.

В столице имеются развитая инфраструктура, удобные логистические решения, доступ к квалифицированным кадрам, активное предпринимательское сообщество и, главное, реальные меры поддержки технологических бизнесов. Все это помогает нам развиваться быстрее и увереннее. Будущее отрасли мы видим в комплексной автоматизации, энергоэффективности и импортонезависимости – направлениях, в которых Москва уже сегодня формирует высокий спрос и создает условия для масштабного роста.

Меры поддержки

Гранты на приобретение оборудования.



«БОСЛЕН»

«Бослен» – книжное издательство со своим портфелем и собственной службой реализации. Также оно оказывает услуги по подготовке книг и специализируется на выпуске оригинальных нон-фикшн изданий и альбомов. Издательство отличается особым отношением к уровню полиграфического исполнения, поиск новых форм и решений, стремление к технологическому новаторству, энтузиазм и широкая сфера творческих интересов.



КИРИЛЛ ЧИЖОВ

Сооснователь COPPLIFE

Российский бренд высокотехнологичной многофункциональной одежды

“

В самом начале пути, когда ваша ракета начинает отрываться от земли, пробуйте всё. И главное, верьте! Всё у вас получится!

Идея стартапа родилась из бытовой проблемы – запаха пота. Я занимаюсь волейболом, и после интенсивных тренировок в мужских раздевалках часто стоит неприятный аромат. Вместе с женой мы начали искать, какие варианты решения проблемы есть на рынке. Оказалось, существовали носки с серебряной нитью. Но мы родом с Урала, медной столицы России, поэтому решили заменить серебро медью. С возникшей идеей мы пошли в стартап-шоу – там над ней буквально посмеялись, и это нас по-хорошему разозлило. Мы решили развивать проект самостоятельно и нашли ученых, которые помогли нам разработать антибактериальную технологию.

Это был 2020 год, мы начали делать маски от ковида. О нас сняли сюжет, он завирусился, пошли продажи. Технологией заинтересовалось Министерство обороны РФ, мы заключили соглашение о научно-технологическом сотрудничестве.

Технология COPPLIFE втрое эффективнее и безопаснее аналогичных антибактериальных агентов, она имеет практически безотходный цикл производства. Самым ярким событием последнего времени для нас стала коллабора-

ция с транснациональным брендом «Рексона». Вместе с ними мы создали комплекты полной защиты от запаха пота: их дезодоранты и наши носки. Круто, когда твою технологию поддерживают такие мастодонты рынка!

Дальше мы продолжим расширять линейку продукции, вовлекая спортивные сообщества, организации и компании. Сейчас в партнерстве с научным сообществом мы разрабатываем новые технологичные продукты, такие как косметика с пептидными комплексами.

В 2023 году, узнав о ГБУ «Малый бизнес Москвы», мы подали заявки на несколько обучающих программ, в том числе «Прокачай свой бизнес вместе с наставником». В результате пройденного обучения мы заново пересобрали свою бизнес-модель, научились четко определять целевую аудиторию, выбрали ассортимент, начали сотрудничество с крупными ретейлерами косметических и спортивных товаров. Взаимодействие с МБМ помогло нам вырасти за короткий срок. Также мы стали финалистами Московского акселератора и победителями акселератора «Спорттех», пользовались поддержкой опытных наставников, участвуем в программе «Сделано в Москве».

Меры поддержки

Профессиональное обучение для развития бизнеса.



ДАРЬЯ КИРАКОСЯН

Соучредитель и генеральный директор ООО «ХЭИР СЕКТА»

Профессиональные продукты для волос

“

Дело, которым вы занимаетесь, обязательно должно приносить вам удовольствие. Невозможно построить что-то крутое, проживая не свою жизнь.

Наш семейный бизнес начался 10 лет назад с салона HAIR SEKTA в Ростове-на-Дону. После переезда в Москву появился салон на Новом Арбате, позже родилась идея запустить бренд профессиональной косметики для волос. В 2021 году мы решили попробовать создать линию домашних уходов. Пришлось учиться новой профессии: разбираться в тонкостях косметического производства, изучать основы химии, ГОСТы, нормативы, регламенты, СанПиНы, нанимать команду и превращать это все в действующее предприятие.

Когда начали уходить иностранные бренды, стало очень обидно за нас, за нашу страну, хотелось доказать, что мы и сами справимся. Мы, кстати, не скоро смогли воспользоваться мерами поддержки. Нам не повезло, потому что мы были слишком молодой компанией. Только в 2024 году, когда уже набрали обороты, нашли новое помещение, организовали цех, мы смогли получить грант на приобретенное оборудование. Это стало хорошей поддержкой для дальнейшего роста.

Мы создаем многофункциональные продукты, с которыми парикмахеры могут делать

свою работу быстрее и больше зарабатывать. Кислотная смывка искусственного пигмента, линия уходов для волос – наши бестселлеры. А на технический шампунь Delete мы даже получили патент: это уникальная разработка, такого нет нигде в мире.

Сегодня наши товары можно найти в крупных сетях, на маркетплейсах, в бьюти-коворкинге, открытом при поддержке проекта «Сделано в Москве» и «Малый бизнес Москвы».

Мы прошли обучение в акселераторе Московского экспортного центра, начали поставки в Беларусь, Казахстан, Узбекистан, готовим новые экспортные контракты. Если в январе 2022 года выручка составила 280 тыс. руб., то уже в январе 2025-го мы продали косметики больше чем на 60 млн. Осенью нас ждет еще один новый этап – автоматизация производственных процессов. Нашему бренду важно не просто продавать продукты, а образовывать индустрию. В этом году с Департаментом предпринимательства и инновационного развития города Москвы мы организовываем мероприятие для парикмахеров, рассчитанное на 1500 человек.

Меры поддержки

Профессиональное обучение, выход на международные рынки, гранты на приобретение оборудования.



ЛЕОНИД ДЕМИН

Основатель Power Wheels

Российский производитель кованых дисков

“

Наш бизнес – возможность создавать лучшее в мире и двигать вперед индустрию.

В 2014 году я окончил сразу два вуза – на дневном и вечернем отделениях – и начал поиски себя в профессиональном смысле. Моя любовь к машинам и доведению их до совершенства породила желание заниматься этим на профессиональной основе.

Говорят, что 80% внешнего вида автомобиля – это колесные диски. Мне близка такая мысль, поэтому я начал изучать отрасль и искать возможности создать полный цикл производства кованых дисков индивидуального дизайна в России. Спустя 10 лет работы могу сказать без ложной скромности: мы создали это направление и остаемся его уверенными лидерами.

Компания Power Wheels стала лидером сегмента кованых колесных дисков. Устойчивый рост количества клиентов и высокое качество

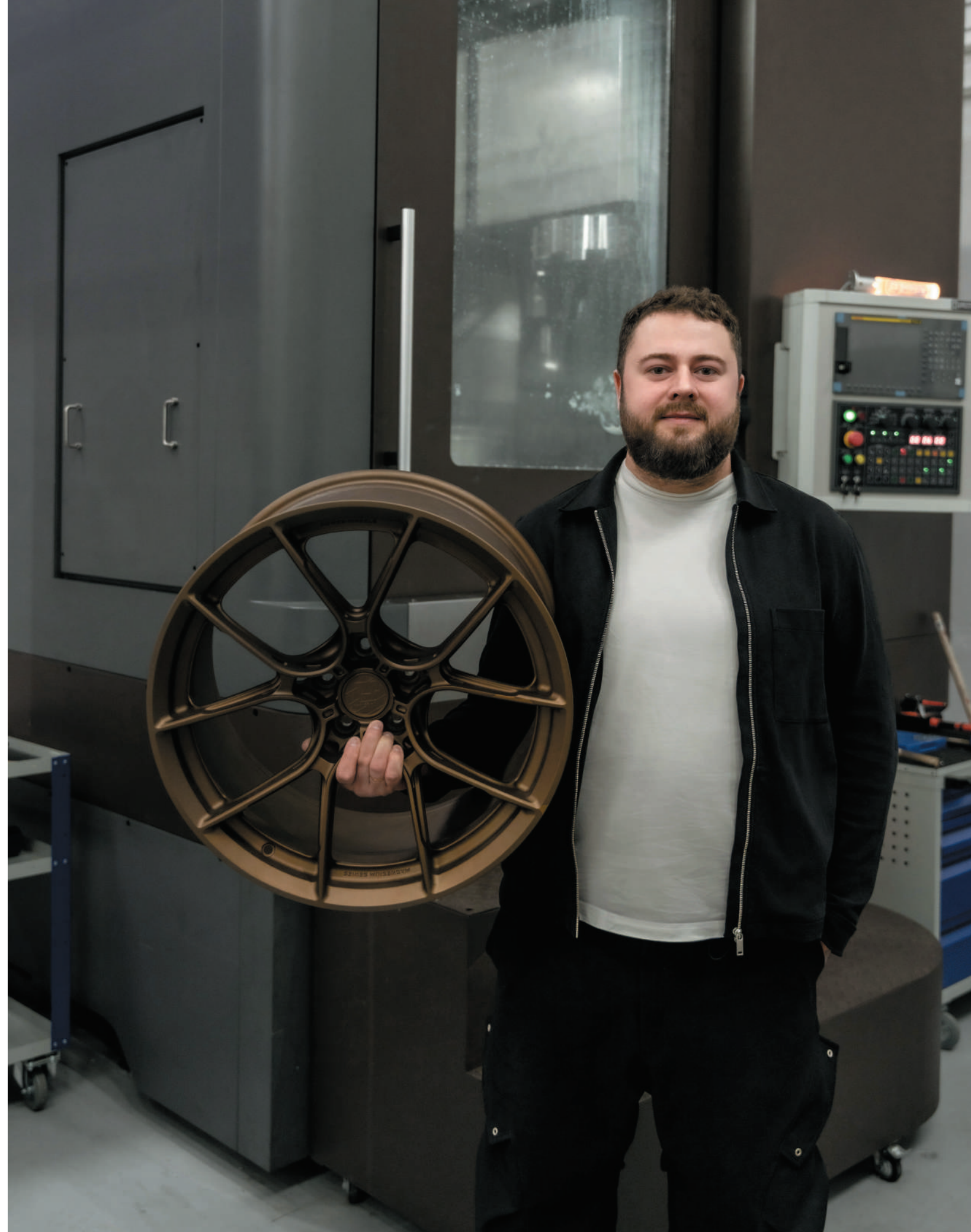
продукции сделали нашу компанию той, кому доверяют жизни близких и кого рекомендуют друзьям. От нашей работы и продукции зависит безопасность всего автомобиля.

Наша работа держится на двух столпах: соответствие продукта самым жестким технологическим стандартам и разработка эстетически идеального внешнего вида колеса. Иными словами, безопасность и воплощение мечты клиента для нас главное. Ответственный подход к работе позволил нам совместно с компанией «РУСАЛ» принять участие в создании нового сплава алюминия – MaxiDiForge.

Сегодня основная часть нашего производства локализована в Москве. Это произошло благодаря нашему плодотворному сотрудничеству с департаментами города, за что я выражаю им признательность.

Меры поддержки

Грант на приобретение оборудования.



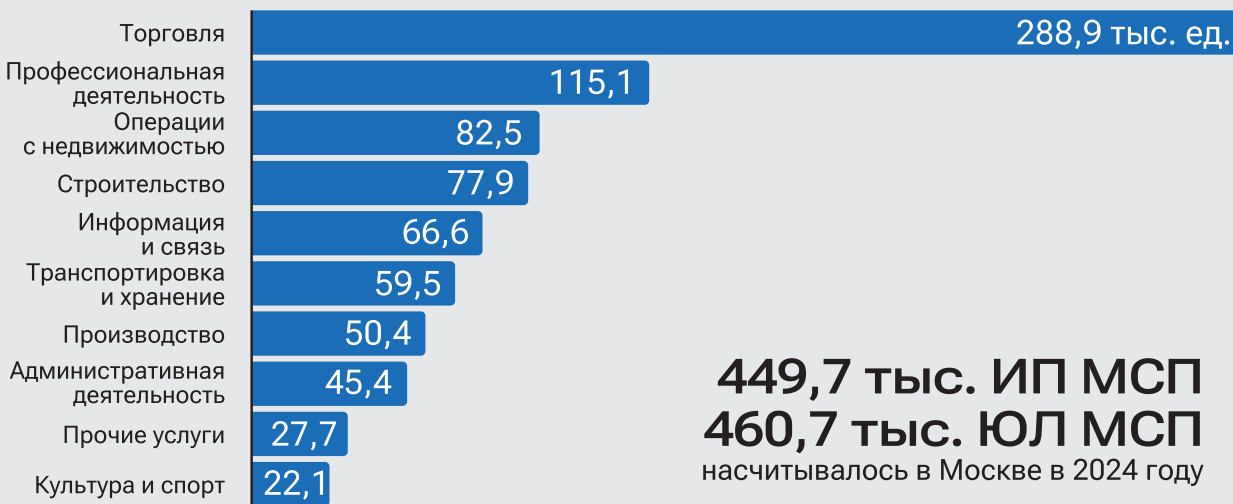
Как изменилась предпринимательская деятельность в Москве

Как менялось количество субъектов МСП

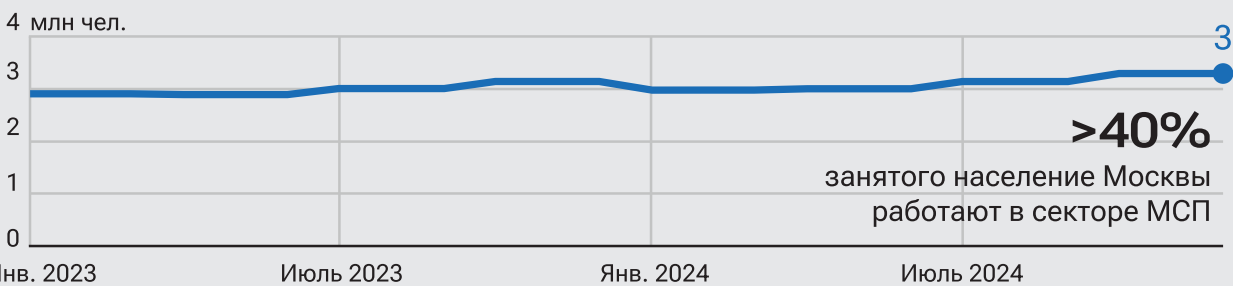


В каких сферах больше всего субъектов МСП

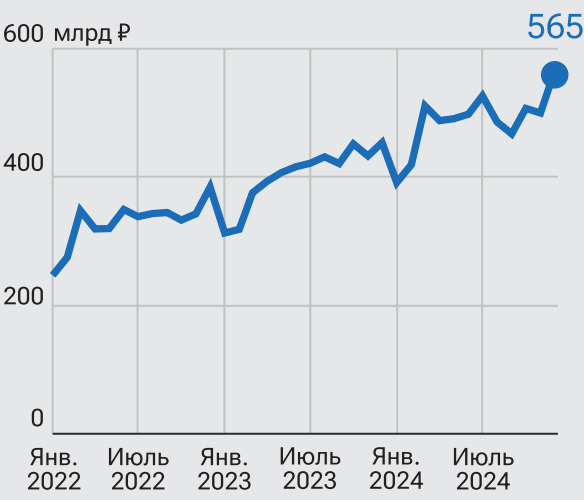
Топ-10 по количеству в 2024 году



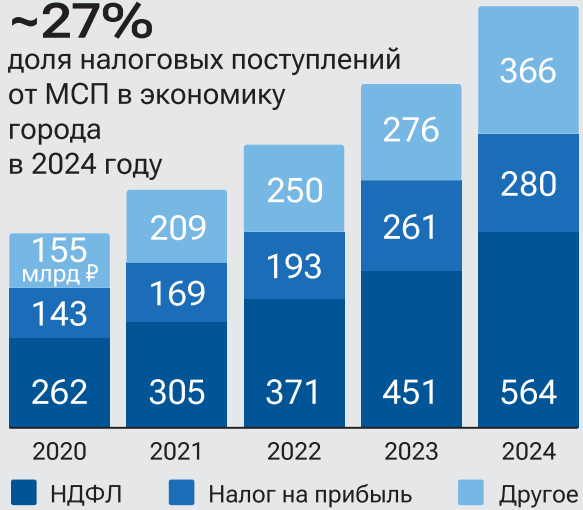
Сколько человек работает в секторе МСП



Как менялась кассовая выручка субъектов МСП

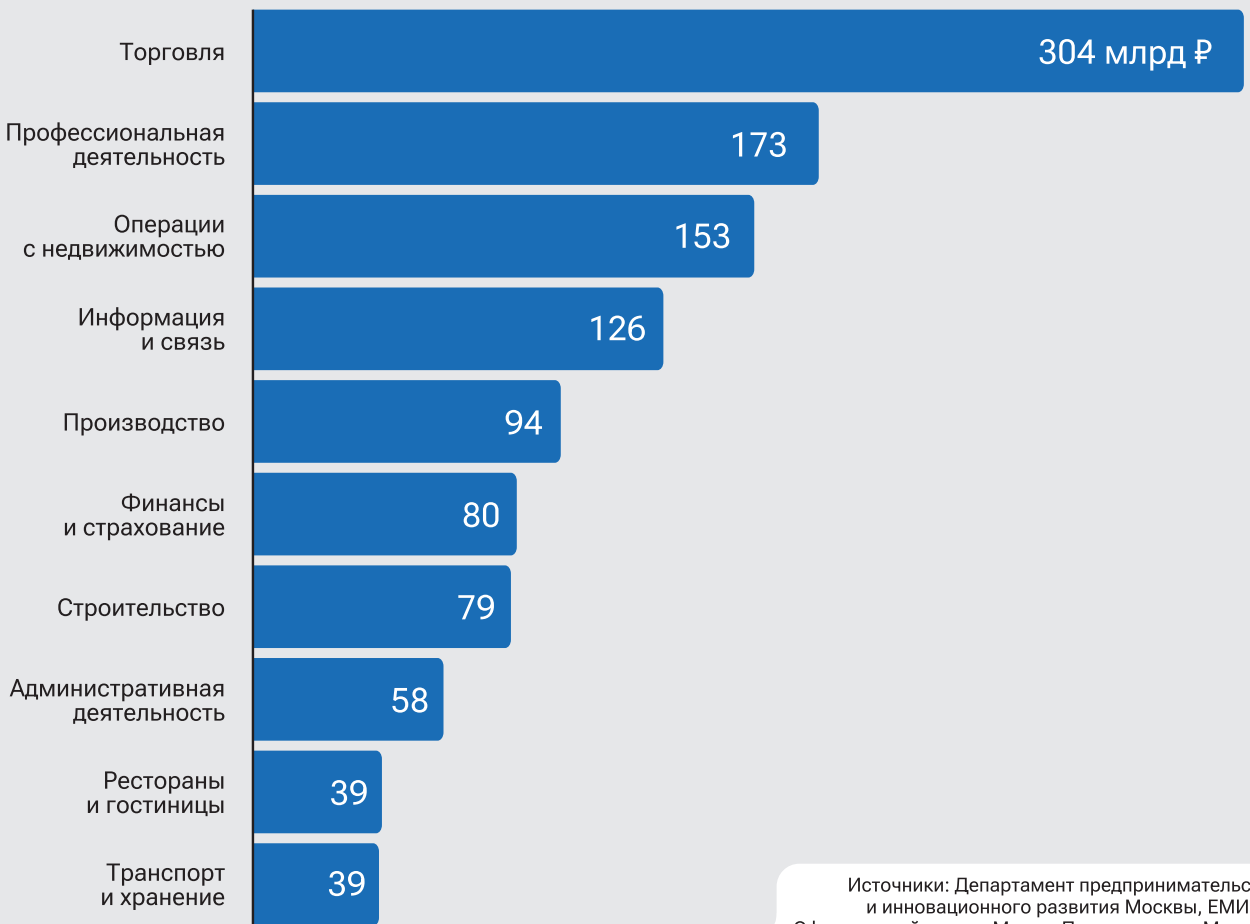


Сколько налогов заплатили предприятия ~27%



В каких сферах заплатили больше всего налогов

Топ-10 выплат в бюджет Москвы по сумме в 2024 году



Источники: Департамент предпринимательства и инновационного развития Москвы, ЕМИСС, Официальный портал Мэра и Правительства Москвы.

МИХАИЛ ШИШКИН

Генеральный директор
ООО «РЭК»

“
**Что бы ни происходило, всегда
есть решение, которое может
все перевернуть в вашу пользу.
Занимайтесь тем, что любите.**

Убедительными доводами в пользу того, что аддитивные технологии имеют огромный потенциал для применения, стали для меня еще в 2012 году две истории из США: про Адриана Боуэра, автора проекта RepRap, и реакцию производителя 3D-принтеров на изобретение Коди Уилсона – напечатанный пистолет.

Производителей материалов много, но мы работаем с самыми сложными, обеспечиваем гарантированно высокое качество. В Москве сосредотачиваются наукоемкие производства, которые применяют все продвинутые технологии, среди которых и 3D-печать. Поэтому в столице у нас довольно много производств-клиентов, и их становится только больше.

Один из самых ярких успехов – запуск серийного производства медицинских изделий (кровоостанавливающих турникетов) и внедрение этого решения в военные и гражданские сферы применения. Этот этап требовал приобретения большого количества оборудования (автоматические литьевые машины), и Правительство Москвы очень помогло нам сделать это практически без потерь в размере операционного оборота.

Переломных моментов было несколько, после каждого мы делали большой шаг в развитии: это и неправильная бизнес-модель, по которой мы работали на старте, и ошибки при ведении экспортной деятельности, и ковид, и наложенные на нашу компанию санкции США, хотя последнее, скорее, повод для гордости.

Правительство Москвы позволяет нам быстрее масштабироваться. Это и финансовая составляющая – компенсации за приобретение оборудования, и нетворкинг. Например, Московский инновационный кластер помогает нам находить заказчиков.

Наше производство требовательно к стабильности электроснабжения, и в технопарке «Элма» в Зеленограде организована первая категория электроснабжения.

Сейчас мы строим свое здание завода, где в ближайшие три-пять лет разместим большое количество производственных мощностей общим объемом переработки более 1000 тонн инновационных материалов в год. Мы прорабатываем варианты поддержки, их много, и столичные власти могут это ускорить.

Меры поддержки

Грант на приобретение оборудования.



СНЕЖАНА ТРАНТИНА, ТАРАС КОЧУКОВ

**Основатель, директор по развитию,
генеральный директор
«Спецавтоинжиниринг»**

Разработка и производство коммерческого электротранспорта,
развитие зарядной инфраструктуры

“

**Верь в себя и не предавай
свою мечту! Главное правило –
будь честным с собой, со
своей командой, партнерами
и заказчиками.**

Наша команда работала в области переоборудования коммерческого транспорта в специализированный. История компании началась в 2013 году, когда поступило предложение переоборудовать коммерческий электромобиль иностранного бренда в электролабораторию. Геополитическая ситуация внесла свои коррективы в развитие компании. Наша команда была вынуждена создать отечественный коммерческий электромобиль с нуля. Так появился бренд NEXTelectro.

АО «Спецавтоинжиниринг» развивает городскую электромобильность и зарядную инфраструктуру. Область, в которой работает наша компания, непосредственно связана с комфортом городской среды, ведь электромобили бесшумны и не имеют выбросов CO₂. В Москве создана наиболее благоприятная конъюнктура для внедрения электротранспорта: парковочные зоны, доставка последней мили.

Наша компания активно пользуется всеми существующими мерами поддержки: грантами (на патенты, закупку оборудования), компенсацией процентной ставки по креди-

там, пилотным тестированием. Мы принимаем участие в выставках, которые организуют в столице.

Одним из ключевых событий, повлиявших на развитие нашего бизнеса, стало получение в 2019 году городского заказа на создание электробусов малого класса с индивидуальным дизайном в честь 80-летия ВДНХ и запуск первого электрического маршрута парка.

Более двух лет мы совместно с РЖД участвовали в пилотном тестировании литиевых батарей резервного питания (разработка нашей компании) для электропоездов. В феврале прошла приемка. В настоящее время компания уделяет большое внимание созданию R&D-команды, развитию новых компетенций и поиску новых рынков.

Мы не видим своего будущего без нашего города и искренне верим, что Москва станет нашим якорным заказчиком. Мы хотим стать компанией, которой по силам выполнить офсетный контракт и выйти на новый этап развития.

Меры поддержки

Грант на приобретение оборудования. Грант за патент Российской Федерации на изобретение или полезную модель.



МАРИНА ЛАЗАРУК

**Управляющий бренд-директор
бренда профессионального ухода
за волосами ICE Professional**

Профессиональная косметика для волос

“
Недостаточно просто создать продукт – нужно понимать его лучше всех, жить им. Только так можно выстоять среди гигантов индустрии.

Все началось с мечты создать по-настоящему уникальный российский бренд профессионального ухода за волосами. Мы хотели объединить в одной линейке последние научные достижения и силу натуральных ингредиентов – так появился ICE Professional.

Нам важно было сделать не просто качественную косметику, а продукт с этичным подходом: веганский, экологичный, но при этом доступный. Сегодня можно с уверенностью сказать: аналогов нашему бренду на рынке действительно нет.

Самый сложный период пришелся на первые годы, когда продвигались исключительно через «сарафанное радио». У нас не было маркетингового бюджета, зато было невероятное внимание к качеству. Топ-стилисты, попробовав наши средства, стали рекомендовать их коллегам и клиентам. Это была победа, доказавшая: если продукт по-настоящему хорош, он найдет своего покупателя даже без рекламы.

Особую благодарность мы испытываем к программе «Сделано в Москве». Участие в городских маркетах и ярмарках – это не просто возможность продаж, а шанс по-настоящему познакомиться с аудиторией. На предстоящем летнем мероприятии наши стилисты будут проводить бесплатную диагностику волос и мастер-классы по укладкам. Для нас это ценный диалог с теми, кто в итоге использует наши продукты.

Главный принцип, который ведет нас вперед, – никогда не говорить «не могу». В бизнесе, особенно в таком конкурентном, как косметический, важно искать решения, а не оправдания.

В планах – войти в топ-3 российских производителей профессиональной косметики. Проект «Сделано в Москве» уже заложил отличный фундамент. Считаем, что городские инициативы могут стать тем самым катализатором, который поможет локальным брендам занять достойное место на рынке.

Меры поддержки

Участие в офлайн-мероприятиях, информационная поддержка.



НАЗАР ПЕНЬКОВСКИЙ, АЛЕКСЕЙ СИМАНЕНКОВ

**Генеральный директор,
директор по развитию
ООО «ТД Независимость», бренд «Атлант»**
Торгово-производственная компания

“**Успех – это лестница,
на которую не взобраться,
держа руки в карманах.**”

Первые попытки заниматься бизнесом я начал еще в университетские годы: меня вдохновил пример отца. Со временем мы с друзьями занялись изготовлением и продажей сварочного оборудования, затем это переросло в производство удлинителей, распределителей и иного электрооборудования. Каждый год мы ставим перед собой амбициозные цели и показываем рост в среднем на 45%. Наше ключевое преимущество – высокие стандарты качества и безопасность продукции.

Мы работаем в сфере электропродукции, от нашего товара зависит жизнь человека, и мы не экономим на материалах. Москва поставила определенную планку в сфере обслуживания и сервиса, и наша команда старается ее придерживаться. Для нашего консервативного направления в среде B2B – новация, что заказ на 1000 изделий может производиться и отгружаться в течение одного дня.

В прошлом году специально для компании Росатом мы разработали и реализовали решение для распределения электроэнергии при строительстве первой атомной электростанции в Египте. Внедрение современных технологий

с учетом последних научных достижений, тестирование в независимых центрах гарантирует профессиональный подход и успешную реализацию такого рода проектов.

Мы стали делать больший акцент на привлечение в штат компании экспертов и высококвалифицированных технических специалистов.

Мы крайне благодарны ГБУ «Малый бизнес Москвы» за их консультации, они очень помогли на начальных этапах ведения нашего бизнеса, и при возникновении какой-то непонятной ситуации с законодательством мы всегда можем обратиться с вопросом и быстро получить ответ. Также мы используем программы поручительства для бизнеса, а МБМ помогает разобраться в нюансах и выбрать подходящую. Без поддержки города мы бы не показали такого результата.

Москва не забывает о производственных компаниях в черте города и развивает промышленные кластеры в Новой Москве – это внушает оптимизм. Значит, не обязательно с ростом компании задумываться о переезде в регионы.

Меры поддержки

Льготный кредит.



ЕЛЕНА МАЛЕЖИК

Учредитель и генеральный директор ООО «Аклен»

Производитель и дистрибьютор товаров для красоты и здоровья

“

Работать 24/7, жить своим делом! Но будьте готовы, что получится не с первого раза.

С самого начала мы хотели создавать инновационные продукты для поддержания красоты и здоровья, в первую очередь для себя. Затем появилась задача импортозамещения, чтобы наши продукты превосходили зарубежных конкурентов по качеству и при этом были более доступными по цене. Когда банки стали давать нам кредиты, мы смогли значительно увеличить оборот, а также создавать новые образцы.

Забота о собственном здоровье стала особенно актуальной темой, думаю, в будущем это будет еще более востребовано.

За последний год мы зарегистрировали несколько новых торговых знаков, расширили ассортимент наших продуктов у национальных дистрибьюторов – в гипермаркетах, аптечных сетях, на маркетплейсах.

Рынок сильно поменялся с момента основания нашей компании в 2010 году. Все эти годы

мы старались адаптироваться под текущие изменения. Например, тогда было много небольших дистрибьюторов по стране, а теперь самые популярные торговые платформы – это маркетплейсы.

Больше всего нашей компании помогает Департамент предпринимательства и инновационного развития города Москвы. Уже более пяти лет он предоставляет нам гранты на развитие деятельности, компенсируя выплаченные проценты по кредитам компании, благодаря чему мы можем быстрее развиваться и расти, создавать новые рабочие места, улучшать условия труда.

Планируем расти и развиваться дальше! Хотелось бы воспользоваться программой мэрии Москвы «Земля за рубль», чтобы построить новый современный производственно-складской комплекс и разместить там еще больше высокотехнологичных производственных линий.

Меры поддержки

Гранты на развитие деятельности и выплату процентов по кредиту.



ЕВГЕНИЙ СИНОДОВ

Учредитель НПО АСТА
и Группы компаний «Астима»

“

Если хочется просто денег, можно и не открывать свое дело. Предприниматели, как правило, еще и энтузиасты, которым нужно нечто большее.

В 2011 году группа инженеров, работающих на рынке трубопроводной арматуры, приняла решение организовать свое предприятие. С первых дней работы мы занимались не только торговлей, но и сборкой, сервисными услугами. В январе 2015 года изготовили первые прототипы изделия собственной конструкции.

Тогда предприятие работало в формате лаборатории, постепенно добавлялись новые продукты. В 2019 году мы приобрели в собственность территорию производственного комплекса в подмосковном Воскресенске, укомплектовали штат компании, получили возможность увеличивать станочный парк, добавлять новые технологические цепочки.

У нас широкая линейка продукции, и мы все делаем сами: регулирующие клапаны, регуляторы давления, приводы. Вся компонентная база нашей продукции – российская. Корпуса клапанов – из российского литья. Внутренние комплектующие мы делаем из российской стали, закалку осуществляем на собственном производстве. Компоненты, пружины – из Казани, мембраны – из Башкирии, уплотнения и другие комплектующие также изготовлены

в РФ. Все, что мы производим, востребовано. Спрос огромный. Здесь импортозамещение работает на 100%.

Один из наших инновационных проектов – производство поплавковых конденсатоотводчиков, за два года мы создали эту технологию с нуля. Наш продукт, разработанный и произведенный в рамках НПО АСТА от Минпромторга, победил в номинации «Сделано в России» на VI Международной отраслевой премии Aquaflame Awards в 2025 году.

Запустить эту продукцию нам помог льготный кредит под залог прав интеллектуальной собственности, который мы получили благодаря поручительству Московского гарантийного фонда в рамках столичной программы поддержки высокотехнологичных компаний.

За прошедшие годы мы использовали широкий спектр программ поддержки бизнеса, предложенных ТПП, субсидию Минпромторга для запуска НПО АСТА в рамках программы импортозамещения. Все это позволило нам увеличить объем производимой продукции более чем в два раза.

Меры поддержки

Льготный кредит под залог интеллектуальной собственности.



ВАСИЛИЙ ШУПИКОВ

Генеральный директор
ООО «Заново»

Оборудование по переработке пластика

“

Главное – начать и не уткнуться в ступеньку лбом: преграды будут всегда. Путь осилит идущий, поэтому чем раньше начнете, тем раньше доберетесь до цели.

Любовь к природе родители прививали мне с самого детства – в шесть лет я уже ходил с ними в горы. В сознательном возрасте продолжил заниматься альпинизмом, туризмом и увидел, какой вред природе наносят люди. Ледники тают, мусор на каждой тропе, причем это пластик. Тогда я задумался об экологии и пользе, которую мог бы принести.

Изучив современные подходы к переработке, нашел европейских ребят, которые из деталей со свалки собрали шредер и экструдер. Сразу родилась идея сделать нечто похожее, но еще больше упростить людям жизнь: сделать оборудование более компактным, удобным и привлекательным внешне.

Благодаря Роману Гурскому, второму учредителю «Заново», удалось перенести идеи с бумаги в 3D и начертить комплект деталей. Со временем мы расставили приоритеты: оборудование и литьевые формы; мастер-классы – как в своем пункте, так и выездные; изготовление фирменных изделий.

В Москве очень много людей, готовых сдавать сырье на переработку, но они не верят

в двухпоточную систему сортировки. Подобные пункты в каждом районе столицы решили бы этот вопрос. Новый формат изготовления литьевых форм из листового металла, разработанный собственными силами, позволил расширить ассортимент изготавливаемых изделий.

Большим подспорьем был грант от Агентства инноваций Москвы, он помог собрать экструдер и протестировать комплект в выставочных залах города. Благодаря такому тестированию в этом году мы получили крупный заказ в НКО «Пластик в дело» в Норильске, при поддержке «Норникеля» удалось купить полный комплект оборудования и несколько форм под заказ, за полгода переработали целых 300 кг пластика. Были получены восторженные отзывы. К тому же мы стали финалистами конкурса GreenTech от «Сколково», планируем стать их резидентами и получить возможную поддержку. Также мы прошли обучение в международном акселераторе «Академия инноваторов». Благодаря акселерации команда проекта запустила в работу оборудование, а также произвела партию изделий для реализации на маркетплейсах.

Меры поддержки

Грант на проведение пилотных тестирований инновационных решений на базе городской инфраструктуры.



**MISHLAV**

MishLav – российский бренд декоративной и уходовой косметики, основанный звездным визажистом Екатериной Медведевой, имеющей более 15 лет профессионального опыта в индустрии красоты. Екатерина работала со звездами кино, телевидения, шоу-бизнеса, сотрудничала с глянцевыми журналами и участвовала в неделях высокой моды, что позволило ей глубоко понять потребности женщин разных возрастов и типов кожи



ДАРИЯ ОСТРОМЕНСКАЯ

**Основательница компании
Greencosmetics Group**

(бренды натуральной косметики Ecolatier, café mimi, EO Laboratorie и др.)

“**Найдите свою уникальность и страстно в нее верьте. Будьте готовы к долгой игре: успех в столице требует времени и упорства.**”

Тренд на ароматерапию вдохновил меня на первые шаги в бизнесе в 2003 году: я распространяла товары европейских производителей через аптечные сети, и продажи быстро росли. Тогда я четко осознала, что будущее косметической индустрии за натуральными продуктами.

Фундамент моего бизнеса – семья. Мама взяла на себя всю финансовую и бухгалтерскую нагрузку, моя старшая дочь привносит в компанию инновационное мышление и удивительное чувство трендов. Наши подходы к бизнесу значительно эволюционировали: мы масштабировались, в нашем портфеле шесть брендов, собственные лаборатории, две производственные площадки. Это потребовало внедрения четких бизнес-процессов.

Наше преимущество – честная натуральность и доказанная эффективность. Мы создаем продукты на собственных производственных площадках – это позволяет контролировать качество всего процесса, гарантировать, что наши формулы действительно работают, быстро внедрять инновационные компоненты и зеленые технологии, но не завышать цену за маркетинг.

Самый яркий успех за последний год – стремительный рост популярности коллекции All In One бренда Ecolatier, эти средства объединяют в себе все необходимое для комплексного ухода. Это наш ответ на запрос современных женщин, которые ценят свое время.

Мы стараемся максимально использовать все возможности, которые столица предоставляет бизнесу: участвуем в проекте «Сделано в Москве», городских проектах и отраслевых выставках. Результат – не только рост продаж в моменте, но и значительное расширение географии наших клиентов, повышение узнаваемости брендов.

Московская среда – это катализатор развития. Столичная аудитория очень избирательна, она следит за трендами, ждет инноваций. Высокая конкуренция в мегаполисе – мощный стимул быть лучше, быстрее, искать нестандартные решения. Помимо этого нам помогает развитая транспортно-логистическая инфраструктура столицы, высокий кадровый потенциал и доступ к квалифицированным специалистам, а современная цифровая среда ускоряет бизнес-процессы.

Меры поддержки

Участие в офлайн-мероприятиях, информационная поддержка.



ЕГОР ШИЛОВ

**Генеральный конструктор
ООО «Орбитек»**

Проектирование и производство электрореактивных двигателей

“

Выбор дела по душе – это не только путь к личному удовлетворению, но и фундамент для построения компании, способной менять мир.

ООО «Орбитек» было создано в 2021 году, миссия компании – обеспечение потребностей космической отрасли в массово производимых электрореактивных двигателях для орбитальных телекоммуникационных группировок.

Нас вдохновляют современные вызовы: освоение Луны, создание доступных спутниковых технологий и экологичных ракет. Космические технологии и серийное производство? Еще недавно эти слова казались несовместимыми, но сегодня они – наше кредо и миссия. Мы верим, что будущее космоса за инновациями, доступностью и масштабируемостью. Наш бизнес – это вклад в возрождение российского космического величия, где инновации, смелость и мечта объединяют людей для создания технологий, которые приблизят нас к звездам.

Основным продуктом ООО «Орбитек» является инновационный двигатель НТ-1000 на основе эффекта Холла – прорывная разработка, не имеющая аналогов в России. Его конструкция оптимизирована для серийного производства и идеально подходит для космических аппа-

ратов массой от 450 до 750 кг, работающих на низкой околоземной орбите.

Москва по праву считается одним из самых комфортных городов мира не только для жизни, но и для развития бизнеса. Уникальная экосистема поддержки, созданная правительством столицы, стала мощным катализатором нашего становления. Так, уже второй год мы участвуем в программе грантов Москвы на приобретение оборудования. Эта мера – настоящий драйвер для молодых компаний.

Транспортная инфраструктура не имеет аналогов. Столица обеспечивает оперативный доступ к партнерам, исполнителям и потенциальным заказчикам. Быть в центре событий, в окружении инновационных идей и ресурсов – огромное преимущество для развития.

Располагаясь на территории технопарка «Элма», ООО «Орбитек» высоко ценит вклад Москвы в развитие инновационной инфраструктуры. Такие площадки создают идеальные стартовые условия для высокотехнологичных компаний, позволяя им раскрывать свой потенциал.

Меры поддержки

Грант на приобретение оборудования.



ДМИТРИЙ ЩЕКOTOV

**Директор по стратегическому развитию
ООО ИТЦ «Комплексные исследования»
(TM XENOZONE)**

Комплексные системы очистки для бассейнов, аквапарков и водоемов

“

Не оставляйте покупателя один на один с проблемами, осуществляйте сервис своей продукции на протяжении всего ее жизненного цикла.

В 1992 году несколько коллег-ученых из научных институтов города Троицка решили основать коммерческую компанию по созданию и выводу на рынок высокотехнологичных продуктов, предназначенных для потребительского рынка. Наука, как и многие отрасли с госфинансированием, переживала тогда непростые времена.

Несмотря на долгую историю нашего предприятия, переломным моментом для нас стал 2020 год. Тогда мы осознали, что лучше всего у нас получается разрабатывать и изготавливать сложные наукоемкие системы очистки воды, и сфокусировались на производственной и исследовательской деятельности, доводя каждую разработку до серийного выпуска.

Самый яркий успех нашей компании за последний год – это получение патента на установку электрофотокаталитической очистки воды от токсичных органических загрязнений. Такой метод очистки не имеет аналогов на сегодняшний момент. Мы видим большую перспективу такой технологии, которая позволит удалять нежелательные примеси из воды, не создавая побочных продуктов реакции.

Основная мера поддержки, которой мы пользуемся, – гранты на приобретение оборудования. Начиная с 2021 года наше предприятие осуществило закупку и внедрение основных средств на сумму 80 млн руб., из них 20 млн – за счет грантов. Рост производительности труда на предприятии за этот период составил более 50%.

Мы являемся инновационным научно-производственным предприятием, и важным фактором для нас стало участие в ИИТЦ МГУ «Воробьевы горы», что позволило существенно увеличить бюджет на исследования и разработки, а также усилило наше взаимодействие с МГУ.

На ближайший период наша компания планирует закрепить свои позиции на рынке очистки воды по линии импортозамещающей продукции, особенно в тех областях, в которых мы являемся единственным отечественным производителем. За три года мы предполагаем вырасти примерно на 50%. Для нас крайне важна поддержка города в рамках проведения деятельности, связанной с НИОКР.

Меры поддержки

Гранты на приобретение оборудования, субсидии на сертификацию и подтверждение соответствия продукции, субсидия на продвижение товаров, работ и услуг, субсидия на оплату коммунальных услуг и приобретение оборудования.



НАТАША РАКОЧ

Основатель Russian Beauty Guru (RBG)

Российский бренд косметики

“

Все просчитайте, возьмите консультацию, изучите вопрос. Но бывают ситуации, когда нужно начать не откладывая, – тогда искренне желаю вам удачи!

Декоративной косметикой я занимаюсь с 1995 года, а с 1998-го – разработкой российских брендов. Горжусь тем, что все они успешные. В 2019 году я решила запустить собственную марку и была уверена, что у меня получится.

Продукция бренда RBG создается в России ведущими визажистами и производится на предприятиях в Москве и области. Одна из коллекций получила имя «Черная Москва», легендарная термотушь «Москва слезам не верит» стала популярной именно в столице; городу посвящена целая палетка, оттенки в которой называются «Большой театр», «Чистые пруды», «Парк Горького». Так что с Москвой мы связаны очень крепко – и по бизнесу, и творчески.

Мы столкнулись с кризисом поставок ингредиентов, ростом стоимости денег, изменениями в работе с блогерами и новыми каналами сбыта. Поэтому сейчас мы с командой пересмыслием все, что происходит.

В том числе об этом мы будем говорить в рамках Московской недели предпринима-

тельства – 2025 на конференции «Сделай мне красиво!». Наш бренд стал партнером, ответственным за программу докладов. Это позволит всем участникам индустрии обменяться опытом, договориться о совместных проектах, найти вдохновение.

Мы – постоянные участники событий, которые проводит проект «Сделано в Москве». Это маркеты в рамках крупных городских проектов как «Лето в Москве» и «Зима в Москве» и отраслевые выставки, где гости имеют возможность попробовать наши продукты. Столица стала невероятно комфортным городом, куда хочется приезжать. В этом году мы сделали серию подарочных наборов «Подарок из Москвы» и «Красота по-русски», которые очень успешно продаются. Мне кажется, для Москвы очень важно, чтобы у гостей оставалось классное впечатление и память о столице.

Хочется, чтобы российские бренды уверенно чувствовали себя на рынке. Этому может способствовать политика государства по защите от импортной продукции. Косметика – капиталоемкий бизнес, поэтому мы все очень ждем новых возможностей по льготному кредитованию.

Меры поддержки

Участие в офлайн мероприятиях, информационная поддержка.



МАРК ГАБРИЯНЧИК

Сооснователь стартапа «Нейрографт»

Медицинский стартап, разрабатывающий импланты для восстановления нервов

“

Ваша ценность растет, когда вы не только берете, но и делитесь экспертизой. Предложите помощь другим стартапам – это создаст репутацию и доверие.

Совместно с Ольгой Антоновой и Игорем Каневым я являюсь сооснователем стартапа «Нейрографт». Это компания, которая создает DeepTech-разработки в области регенеративной медицины. Нас вдохновляет трансфер технологий, примеры технологических компаний, которые меняли правила игры в науке.

Наша команда – ключевое преимущество, потому что мы собрали коллектив, который способен закрывать все необходимые компетенции в области биомедицины: у нас есть клиницисты, клеточные биологи, биофизики. Главный продукт сейчас – имплантаты для восстановления нервов после травм на основе наноматериалов.

С тех пор как мы ступили на путь коммерциализации, произошла глубокая трансформация мышления. Романтизм чистого знания уступил место осознанной дисциплине. Твердость решений теперь измеряется не только точностью данных, но и умением вовремя свернуть тупиковое направление. Мы сохранили научную глубину, но облекли ее в броню предпринимательской гибкости.

Для технологических стартапов, рожденных в стенах лабораторий и университетов, пери-

од ожидания инвестиций становится настоящим испытанием на прочность. Это сложный психологический рубеж, особенно остро его переживают команды ученых: каждый день без ответа от инвесторов кажется шагом назад, пробуждая ностальгию по стабильности академической среды.

Именно в этой точке кипения, где сомнения грозят размыть границы мечты, нетворкинг становится не просто инструментом, а спасательным кругом.

Наша команда прошла через «Академию инноваторов» – это образовательная платформа для технологических предпринимателей. Было очень ценно послушать лекции от крупных компаний. Мы стали победителями премии мэра Москвы «Новатор Москвы», тут уже полезными были не только денежные средства, но и само комьюнити, которое сложилось вокруг премии.

Концентрация технологических университетов и институтов развития помогает быстро находить доступ к необходимому оборудованию, получать обратную связь от менторов, участвовать в научных конференциях.



Меры поддержки

Денежная премия в конкурсе мэра «Новатор Москвы», обучение в акселераторе.

TO MY SKIN

История косметического бренда TO MY SKIN началась более двух лет назад. Миссия бренда – создавать средства с изысканным дизайном, понятным составом и качественными компонентами. Команда бренд-менеджеров создала шумевшую сыворотку с ретинолом и витамином С, которая дала старт для новых линеек и других сильных продуктов. TO MY SKIN сейчас – это более 50 средств ухода за кожей лица, тела и волос. У бренда своя лаборатория с командой ведущих специалистов и, что не мало важно, собственное производство в Москве. Бренд можно найти на маркетплейсах и в крупных федеральных сетях, таких как «Золотое яблоко», «Магнит», «Лента», «Подружка» и многих других. TO MY SKIN – твой секрет красоты.



АЛЕКСЕЙ ПРОСВИРНИН

Франчайзи

Детская балетная школа «Русский балет»

“

Бизнес – как балетный номер: если перестать репетировать, все рассыплется.

В 2017 году я уволился с должности менеджера по продажам и начал искать новое дело, параллельно размышляя, куда отдать свою трехлетнюю дочь. Листая интернет в поисках кружков, наткнулся на франшизу детской балетной школы. Так я почти случайно купил три франшизы «Русского балета» и с головой окунулся в предпринимательство. Забавно, что дочь в итоге выбрала гимнастику, зато тысячи других детей получили «балетную сказку».

Первый отчетный концерт в декабре 2017 года стал для меня настоящим испытанием. После него два дня был отходняк: я лежал, не в силах ни говорить, ни двигаться – странная смесь полного опустошения и гордости, когда десятки родителей одновременно благодарят.

Сейчас волнение перед выступлениями осталось, но уже не такое парализующее. Мы работали четкий принцип работы: абсолютная предсказуемость для родителей. В сентябре сразу сообщаем расписание на весь год: даты концертов, каникулы, стоимость обучения. Никаких неожиданных переносов или скрытых платежей. Наши педагоги работают годами, даже после декрета возвращаются. А некоторые ученики приходят к нам в три года и остаются до десяти-двенадцати, собирая коллекцию из 10 статуэток с наших концертов.

Поддержку Москвы я оценил почти сразу. В 2018 году случайно увидел рекламу про-

грамм для бизнеса по телевизору и решил попробовать. Город предоставляет средства на таргет в «ВКонтакте», продвижение в «Яндекс.Директе», доступ к известной базе вакансий для поиска сотрудников, помогает разобраться и сдать в срок с налоговую отчетность. Но самое ценное – участие в городских событиях. Мы проводим мастер-классы в фестивалях «Лето в Москве», «Зима в Москве». Для нас это и реклама, и вдохновение.

Раньше многие родители боялись слова «балет», считая его уделом избранных. Мы разрушаем этот стереотип: даем ребенку шанс почувствовать себя артистом уже в три года – с пачкой, сценой и аплодисментами.

Неважно, станет ли он профессионалом, – важно, что его мечта становится реальностью. Москвичи это ценят. Мое главное правило простое – нельзя останавливаться. Даже с десятилетним опытом я каждый месяц пробую что-то новое: городские программы, коллаборации с парками, онлайн-записи занятий.

Сейчас мы готовимся к юбилейному сезону, и хотя планы на декабрь еще в разработке, я уверен: нас ждет нечто особенное. Ведь за эти годы мы поняли главное: когда дети выходят на сцену, а родители смотрят на них с гордостью, все трудности забываются. Остается только любовь к своему делу и желание дарить детям волшебство балета.

Меры поддержки

Поддержка в продвижении бизнеса.



ИРИНА СТУДЕНИКИНА

Генеральный директор ООО «ВИННЕР-МЕД»

Российский производитель одноразовой медицинской одежды и операционного белья

“

Хорошо взвесьте как риски, так и возможности, составьте подробный качественный бизнес-план.

Около 10 лет назад медучреждениям были доступны либо очень дорогие зарубежные медицинская одежда и операционное белье, либо гораздо более дешевые, но низкого качества отечественные варианты. Желание доказать, что в России можно выпускать достойные доверия товары, вдохновили нас на создание компании в 2016 году.

Самым трудным, но прорывным стал для нас период пандемии. Количество заказов резко увеличилось, но не хватало мощностей. Благодаря субсидиям Департамента предпринимательства и инновационного развития Москвы срочно было закуплено оборудование, арендованы дополнительные площади, мы вышли на новый уровень объемов производства и заслужили репутацию надежного поставщика.

Вся наша продукция проходит строгий контроль качества, но доступна по цене. Мы соблюдаем сроки поставок, поддержка города помогает нам быстро реагировать на изменение спроса. Столичный регион продолжает расти, и спрос на медицинскую продукцию растет вместе с ним. Будущее отрасли видится стабильным.

Постоянно меняющаяся ситуация на рынке научила нас быстро переключаться между направлениями бизнеса и внедрять новые, отслеживать возможности, которые предоставляет Москва: гранты, субсидии, консультации, обучающие программы для персонала и т.д.

Субсидии позволили нам не только увеличить объем выпускаемой продукции, но и запустить новое направление по производству косметических пластин с силиконовым покрытием для ухода за рубцами.

С 2024 года мы производим повязку «Рупитель» для ухода за широким спектром ран. Эта повязка подходит для очень ранимой кожи, например «детей-бабочек», которые находятся под патронажем фонда «Круг добра», созданного в 2021 году по Указу Президента. Именно эти повязки были закуплены для нужд фонда.

Размещение в «технопарке Мосгормаш» дает возможность сотрудничества с другими резидентами, мы постоянно получаем информационную и маркетинговую поддержку, доступ к мерам финансовой поддержки, к инфраструктуре.

Меры поддержки

Грант на приобретение оборудования.



ДМИТРИЙ ТЕЙБАШ

Основатель музея темноты
«Сенсориум»

“

Начинать нужно с того, чтобы найти действительно вдохновляющую идею.

В 2022 году я впервые стал социальным предпринимателем – открыл музей в темноте «Сенсориум» – с оформлением документов мне помогли в МБМ. Сама идея такого музея не нова, она пришла к нам из Европы. В России первым стал музей в Санкт-Петербурге, появившийся в 2015 году. Посетители «Сенсориума» узнают, как живут люди без зрения, меняют отношение к людям с ОВЗ, развивают толерантность к тем, кто имеет особенности здоровья.

У нас широкая линейка продуктов: экскурсии, квесты для детей и взрослых, программы для пар, мастер-классы, организация дней рождения, игра «Мафия» в темноте, тренинги, даже программа, включающая в себя уличную часть, – «Арбат вслепую».

В самом начале пути меня поддерживали максимально живые эмоциональные отзывы, особенно детские, в фойе нашего музея после экскурсий. Я видел, какое сильное впечатление производит на посетителей тот опыт, который они получили в нашей темноте.

В 2023–2024 годах мы получали финансовую поддержку как победители конкурса «Мой добрый бизнес», в этом году оказались в числе победителей городского конкурса за луч-

шее новогоднее оформление входной группы. Все средства идут на текущие нужды музея (арендные платежи, фонд оплаты труда, ремонтные работы и пр.), и они очень кстати.

Расходы музея составляют порядка 4 млн руб. в месяц, поэтому мы рассчитываем и на дальнейшую поддержку. Мы принимали участие в «Зима в Москве», даже украсили фасад музея в фирменном стиле; планируем участие в «Лето в Москве».

Помимо прочего, и Фонд поддержки социальных проектов при МБМ часто приглашают или рекомендуют нас в качестве экспертов на различные форумы – это своего рода медийная поддержка, которой мы тоже с благодарностью пользуемся.

Власти прислушиваются к нуждам людей с ОВЗ. Когда на Арбате, где напротив музея стоят городские стенды, несколько наших незрячих гидов ударились о них, мы написали соответствующее письмо.

В итоге стенды сдвинули так, чтобы наши гиды без проблем попадали в музей. Это, конечно, небольшой частный случай, но он тоже свидетельствует о том, что нас слышат.

Меры поддержки

Победитель конкурса «Мой добрый бизнес», компенсация части расходов на аренду и коммунальные платежи, участие в офлайн-мероприятиях, информационная поддержка.



КОНСТАНТИН ЕГОРОВ

**Генеральный директор Eurokappa
(ООО «Лаборатория Дента»)**

Крупнейший российский производитель элайнеров,
безусловный лидер рынка прозрачной ортодонтии

“

**Ставка на качество, сервис
и постоянное развитие всегда
окупается.**

Дочь основателя компании проходила лечение с использованием дорогих американских элайнеров, и история нашей компании началась с простого родительского вопроса: почему бы не сделать современные методы исправления прикуса более доступными для российских пациентов? Так в 2016 году в Москве появилась клиника Eurokappa.

Спрос на услуги клиники превысил все ожидания, и к 2018 году стало очевидно: рост компании требует создания нового российского производства, которое будет рядом и сможет быстро удовлетворить запросы развивающегося рынка. Вместе с партнерами была открыта новая компания «Лаборатория Дента», выпускающая элайнеры под брендом Eurokappa.

Начали мы более чем скромно – с выручки в 5 млн руб. в год. Сегодня это минимальный дневной оборот. При этом речь идет только о производстве элайнеров, без учета доходов клинического направления. Первые годы собственного производства были непростыми. Мы столкнулись с множеством технологических вызовов: ошибки в моделировании, проблемы с точностью изготовления кап, необходимость постоянной доработки процессов. Но каждая проблема тщательно анализировалась и эффективно решалась.

Мы создали Академию Eurokappa – отдельное образовательное направление для повышения уровня знаний врачей-ортодонтов. Это не просто бизнес-решение, но и социальная миссия: сегодня наша академия играет важную роль в повышении квалификации врачей по всей стране. В основе нашей бизнес-философии лежат три ключевых принципа: бескомпромиссное качество; постоянные инвестиции в развитие команды, производства и IT-инфраструктуры, включая системы на основе искусственного интеллекта; лучший сервис в индустрии.

Особую роль в нашем развитии сыграла поддержка Правительства Москвы. В 2024 году мы получили кредит в размере 40 млн руб. под 3% годовых от Фонда поддержки малого предпринимательства Москвы и целевой грант. Столица создает уникальные условия для развития медицинского бизнеса. По нашим данным, здесь более 90% ортодонтов лечат своих пациентов с помощью элайнеров, тогда как в регионах этот показатель зачастую не превышает 50%. И дело не только в специалистах. Московские пациенты понимают, что правильный прикус – это не просто эстетика: нарушения прикуса могут приводить к проблемам ЖКТ, болезням позвоночника и другим системным нарушениям.

Меры поддержки

Грант на оборудование и развитие деятельности.



АННА ВАХРУШЕВА

**Генеральный директор
АО «Бетувакс»**

Инновационные решения в области вакцинации

“
**Думать как ученые,
действовать как
предприниматели.**

Все началось с разработки вакцины от COVID-19. Мы быстро создали одну из самых безопасных белковых вакцин в России – это был во многом вынужденный вызов, на который мы ответили научно и технологически.

Сейчас мы масштабируем наши наработки в новые направления – например, работаем над препаратом от аллергии на кошек, вакциной от вируса папилломы человека, вызывающего рак шейки матки, и другими проектами, чтобы сделать жизнь людей комфортнее и свободнее.

Когда мы поняли, что готовы выйти за рамки ковида и использовать нашу платформу в других нишах, было непросто перестроить команду под новую задачу, но это дало нам драйв. Помогло сочетание гибкости и фокусировки на науке: мы умеем быстро валидировать гипотезы и запускать проекты.

Мы стали финалистами конкурса мэра «Новатор Москвы» – это позволило получить столь необходимую нам независимую экспертизу, а денежный приз помог провести первичные исследования. Такая поддержка особенно важна на ранних этапах.

Мы работаем на стыке биотехнологий и иммунологии, разрабатывая препараты, которые не просто снимают симптомы, а обучают иммунитет. Это шаг в сторону персонализированной медицины.

В Москве мы видим среду, которая поддерживает такой подход: доступ к лабораториям, талантливым специалистам и открытому рынку идей и капитала. Думаю, в ближайшие годы город может стать точкой роста для биотеха.

Мы привлекли инвестиции на разработку новой терапии и сделали это в партнерстве с программами фонда «Сколково». Успех стал возможен благодаря тому, что мы умеем говорить на языке и науки, и бизнеса.

Если вначале мы были командой исследователей, то сейчас мы зрелая биотехнологическая компания с продуктовым мышлением. Наука требует сомнений и проверок, бизнес – скорости и решений. Секрет в том, чтобы соединить оба подхода. Через три-пять лет мы хотим вывести на рынок минимум два препарата. Участие в городских программах, от поддержки стартапов до доступа к инфраструктуре, может существенно ускорить путь к пациенту.

Меры поддержки

Денежная премия в конкурсе мэра «Новатор Москвы».



ЕВГЕНИЙ КЛОВАЧ

**Основатель группы компаний
ООО «ИНЖИНИРИНГ+»**

Проектирование, разработка и внедрение высокотехнологичных решений
в области IT, медицины, машиностроения, образования и электроники

“

**Люди чаще просто проигрывают,
чем терпят большую
неудачу. Поэтому не бойтесь
фантазировать и пробовать.**

Мне пришлось запускать свой бизнес и развивать целое направление, поскольку я не смог найти компанию, в которой можно было бы реализовать свои амбиции. Проблем и переломных моментов на пути становления бизнеса было немало: и первый контракт, который позволил понять, что дело может само себя окупать и развиваться, и первые кризисы, когда случались конфликты с заказчиками.

Сначала мы были бутиковой компанией, контрактным разработчиком – и оставались в тени. Со временем было принято решение о создании собственных продуктов, тогда мы и начали путь «из тени на солнечный свет».

В настоящий момент мы активно развиваемся и продвигаем на рынок как отдельные продукты, так и всю группу компаний. Больше всего на рынке мы сейчас известны своим медицинским стартапом WISE+ и системой иммерсионного охлаждения для вычислительного оборудования ICE+.

У нас целая линейка продуктов. Мы постоянно стараемся предлагать новые продукты и сервисы, опережая или формируя новые тренды. Это требует много ресурсов на этапе анализа рынка, разработки и запуска продукта. Но и ROI тоже может достигать значительно больших величин.

Главное удобство Москвы в том, что это мегаполис, и нет необходимости летать к партнерам через полмира ради пары встреч. Значительную поддержку столица оказывает и разными специальными мерами: компенсацией части затрат на закупку оборудования и обучение сотрудников. Снижение финансовой нагрузки помогает больше реинвестировать в разработку и вывод на рынок новых продуктов.

Мы планируем выходить на IPO и расти до долларового единорога. Больше всего предпринимателям нужны меры материальной поддержки – к сожалению, их не хватает, особенно в нынешней ситуации с ключевой ставкой.

Меры поддержки

Грант на оборудование и развитие деятельности.





ДИАЛОГ ДВУХ ПОКОЛЕНИЙ: КОГДА ОПЫТ ВСТРЕЧАЕТСЯ С МОЛОДОСТЬЮ

Инновационное мышление не имеет возраста, а свое дело можно начинать хоть в двадцать, хоть в шестьдесят? Новаторство – прерогатива юных, а консерватизм – неизбежный спутник опыта? Двое успешных московских предпринимателей обсудили с нами разницу поколений и мифы о молодежи и «старой гвардии», а также дали советы начинающим бизнесменам.

Константин Криволапов, в 51 год основал компанию «3Д сТайл» – производство отделочных материалов с трехмерными и динамическими изображениями.

Юлиана Николаева, в 26 лет основала бренд Nattys – производство натуральных ореховых CPG и продуктов питания.

Про блогеров и мотивацию

Юлиана: Константин, интересно узнать о ваших инновационных отделочных материалах. Сложно ли внедрять новые технологии в такой консервативной сфере?

Константин: Знаете, любое новое жидется на старом. Если почитать теорию и статистику открытий, то в технологической сфере прорывные вещи скорее нонсенс, чем закономерность. Я уже 30 лет занимаюсь технологией ленточной печати, которая базируется на открытии, сделанном еще в 1911 году Габриэлем Липпманом – кстати, он за это получил Нобелевскую премию по физике. Сначала занялся голографическими открытками – ваши родители наверняка их помнят, были такие картинки с подмигивающими японками, переливчатыми Чебурашкой и Крокодилом Геной. За ними до сих пор коллекционеры гоняются. А сейчас основной упор делаю на отделочные материалы. Почему? Потому что в мире никто этим не занимается. Для работы с инновационными отделочными материалами нужно обладать знаниями в целом ряде прикладных дисциплин, как в моем случае, – от металлообработки, машиностроения, свойств полимеров и стекла до прикладной оптики. У меня патенты более чем в 50 странах.

Юлиана: А у меня был сразу «краш-тест» между первым бизнесом, который я начала на втором курсе университета, и вторым – текущим. В 2012 году я попала в лобовое ДТП и получила семь переломов разной степени тяжести. Потом были четыре восстановительные операции, мне буквально пришлось учиться заново ходить и держать ложку. Попасть в такую ситуацию в 22 года – это тяжелое, и физически, и эмоционально, испытание, но подобные истории очень закаляют.

Константин: Как вы нашли в себе силы пережить это и двигаться дальше?

Юлиана: У меня уже на тот момент был бизнес, поэтому имела мотивацию встать как можно скорее, жить чуть быстрее, а главное – создать что-то большое и ценное. Вообще, если ты активный человек, то для тебя нет никаких преград – есть только временные сложности.

Константин: Абсолютно согласен!

Юлиана: А как вы относитесь к современному поколению предпринимателей? Сейчас многие считают, что молодые хотят быть исключительно блогерами.

Константин: Что меня восхищает в молодежи – их легкость в обращении с современными информационными технологиями. Вот моей дочери 12 лет. Вчера не могли с женой разобраться со звуком на телефоне. Подошла дочка и за три секунды все настраила. В плане работы с гаджетами и цифровыми технологиями молодое поколение на порядок лучше нас, людей индустриальной революции. Я восхищаюсь современной эрой интернета и информационных технологий. Они сильно упростили мою жизнь.

Юлиана: Это правда. Но я тоже замечаю проблему: новое поколение не очень активно идет на производство. Все хотят быть блогерами или инфлюэнсер-менеджерами на «удаленке». Это очень популярные позиции, а вот операторы, или фасовщики, или технологи пищевых производств – для молодежи это что-то непостижимое.

Константин: И как вы решаете эту проблему? Как поддерживаете команду?

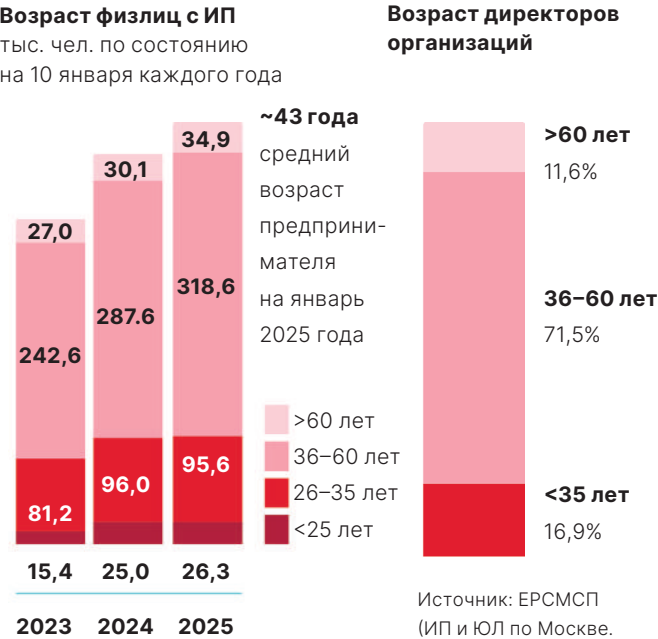
Юлиана: У меня просто невероятная команда! Я знаю, так многие предприниматели говорят, но я совершенно искренне ценю и люблю тех людей, с которыми работаю. В этом году ко мне присоединились единомышленники, топ-менеджмент, они действительно болеют за результат. Поэтому с обновленной NattysFamilyTeam мы сейчас проходим настоящую перестройку процессов, мышления, ставим новые цели, и к нам продолжают присоединяться очень талантливые и успешные сотрудники. А у вас как с этим?

Константин: Во-первых, конечно, зарплата – старуюсь держать планку чуть выше средней по рынку. Во-вторых, люди должны иметь возможность самореализовываться – это обязательная творческая составляющая, по крайней мере в моем деле. Я лично считаю, что лучше брать, как говорил Суворов, не числом, а умением. Содержать неквалифицированную публику – очень дорогое удовольствие.

Юлиана: Что для вас значит быть инноватором? Возраст играет роль?

Константин: Конечно. Невозможно, например, когда речь идет о промышленных инновациях, быть новатором со студенческой скамьи, потому что нужно обладать глубокими знаниями в одном-двух-трех основных промышленных направлениях и еще в целом спектре дополнительных областей. Я был на выставке «Сделано в России», и со мной рядом стояли айтишники, ребята чуть старше двадцати. Они спрашивают: «А сколько вы этим занимаетесь?» Я говорю: «Ну лет восемь-десять». Они: «Ого, это же целая жизнь!» Для них восемь-десять лет – это целая жизнь! (Улыбается.)

Как менялся возраст индивидуальных предпринимателей и руководителей организаций



Про настоящих инноваторов

Юлиана: Получается, молодежи в промышленности сложно быть инноваторами?

Константин: В серьезных промышленных инновациях – да, потому что недавние студенты просто не успели получить нужный опыт. А вообще, быть новатором – свойство характера, и никакого отношения к возрасту оно не имеет. Статистика показывает, что потенциально инноваторов в мире не больше 14%. А людей, которые реально становятся инноваторами, от силы 1,5%.

Юлиана: А какой, по-вашему, идеальный возраст для открытия своего дела? Мне кажется, что 20–30 лет: в это время человек максимально продуктивен и голоден до знаний, экспериментов, денег, коммуникаций. Это самый гибкий возраст, да и ошибки проще переживаешь. Хотя я знаю немало успешных предпринимателей, которые «выстрелили» уже за 40.

Константин: Я в бизнесе с 1992 года. Первую компанию основал в 25 лет. Спал и видел, когда же закончатся эти «лихие девяностые». Сейчас действительно можно говорить о цивилизованной работе. Мне нравится заниматься бизнесом.

Юлиана: А как вы пришли к своему нынешнему делу? Это был прямой путь или с поворотами?

Константин: Я окончил медицинский институт по специальности «военный врач», но ни дня не работал по профессии. Казалось бы, зачем я поступал, шесть лет учился? Но не все так просто: фундаментальные знания по химии и физике, необходимые в моей работе, я приобрел именно там. Потом окончил аспирантуру по экономике промышленности, учился в архитектурном институте. Однако все мои успешные начинания были связаны с дизайном, причем прорывным, так как я в детстве окончил художественную школу и очень люблю рисовать. Сейчас я занимаюсь своим делом – создаю инновационные отделочные материалы с динамическими и 3D-изображениями.

Юлиана: Что вас мотивирует продолжать работать в этой области?

Константин: Я постоянно ловлю определенный кайф, а без него ни одной инновации не рождается. Тебя должно просто «переть»! Конечно, еще и финансовая перспектива, потому что бизнес – это про деньги. Но ты должен с утра вставать не как на каторгу, а с удовольствием. Иначе невозможно заставить себя работать по 12 часов каждый день.

Про ориентиры и поддержку

Юлиана: Согласна! Какими мерами поддержки для предпринимателей вы пользуетесь?

Константин: К счастью, сейчас большой арсенал самых разнообразных программ как со стороны Правительства Москвы, так и на федеральном уровне: финансовые в виде грантов, обучающие и т.д. Отдельно я хотел бы отметить содействие столичным новаторам со стороны ДПИР. Низкий им поклон! В частности, мы получали от них грантовую поддержку для пилотирования инновационных решений (оформляли световыми 3D-панелями Московский зоопарк к 160-летию), компенсации по оборудованию и банковским кредитам, проходили обучающие программы. Например, в позапрошлом году я участвовал в акселерационной программе «Орел БРИКС», а в прошлом проходил программу «Путь к IPO 2.0». Великолечно! Еще немаловажную роль в развитии дела играет семья. У меня спальня одно время была переделана в лабораторию. Так что твоя вторая половина должна быть соратником.

Юлиана: Мы тоже активно используем поддержку. Уже более трех лет получаем льготное кредитование и гранты, что позволяет создавать новые продукты, закупать оборудование, выходить на

новые уровни по обороту компании. Я очень рада, что Москва кардинально меняется, и что бизнес теперь повсюду, и он поддерживается, популяризируется, и что создано такое большое количество различных инстанций и институтов для обучения предпринимательству.

Про будущее и ИИ

Константин: Последний вопрос, такой философский. Если бы вы встретили себя 18-летней, какой бы дали совет?

Юлиана: Не думай о том, что о тебе думают и говорят другие, слушай себя. И помни: нет ничего интереснее, чем наблюдать, как растет твой бизнес. А вы бы что посоветовали себе молодому?

Константин: Не поверите, я задаю себе этот вопрос каждый день. В советское время для 18-летнего юноши все было решено: любой молодой человек должен пойти в армию. Я служил на флоте. Тогда все было по-другому – и идеология, и экономика. Занятие бизнесом не только не поощрялось, но и каралось государством.

Юлиана: А какой совет вы бы все же себе дали?

Константин: Наверное, двигаться в ту сторону, где тебя «плющит» больше всего. Так, на третьем курсе я понял, что медицина – тупиковая для меня ветвь. Фактически перестал учиться, хотя закончил на четверки и пятерки. Уже тогда я занимался бизнесом – у меня было пять своих магазинов, производство полиэтиленовых пакетов, личный водитель. И это все я имел, будучи студентом! Сейчас я уже 10 лет не пью, занимаюсь спортом, меня интересует куча вопросов, помимо бизнеса. Мне 58, но я чувствую себя лет на двадцать моложе. Человек ведь чувствует себя на столько, на сколько он себя ощущает!

Юлиана: Я думаю, это отличный совет. Для предпринимателя очень важно быть сильным и устойчивым, готовым к постоянным переменам, сложностям, сопротивлению! Когда появляется умение не сдаваться, тогда и начинается настоящий бизнес.

Константин: Абсолютно верно. И знаете, что я заметил? Поколения могут быть разными, технологии меняются, но терпение, прагматичность, умение идти по намеченному пути, невзирая на любые препятствия, – это качества настоящего предпринимателя во все времена.

Юлиана: Согласна. И кажется, мы с вами, несмотря на разницу в возрасте и сферах деятельности, понимаем это одинаково хорошо!

ВЛАДИМИР КОСТРИЦИН

**Генеральный директор
ООО «НПП «Лосев»**

Российский разработчик и производитель светодиодной светотехники различного назначения: от бытового до военного и автомобильного

“

Когда мы решились на производство, это был инновационный стартап в области оптики, электроники и светотехники для автомобилей и не только.

Мы только учились производству, взаимодействию с крупными корпорациями, отработывали гипотезы будущих продуктов, нарабатывали технологию, создавали прототипы и тестировали их, на это требовалось время. Именно в эти моменты мы получали господдержку, которая нам помогала развиваться.

На все выпускаемые продукты мы оформляем патенты. Сейчас у нас два основных продукта и более 40 второстепенных. Главным я бы назвал светодиодный модуль, поставляемый для «Автоваза» на автомобиль «Лада Веста», этот продукт наша гордость. Второй – уже для строительного рынка, прожекторный светильник для штукатуров и маляров, в народе его называют лампа Лосева.

В начале нашей деятельности мы пользовались льготами и микрогрантами Сколково, потом открыли для себя МИК и МЭЦ. Наш сотрудник отучился в МШУ Сколково на программе «Экспортеры 2.0.», мы участвовали в коллективном стенде на выставках в Дубае и Алматы.

Каждый год мы регистрируем патенты на изобретение или полезную модель, МИК компенсирует затраты на регистрацию, это тоже серьёзная поддержка. Когда появилась услуга оформления льготного кредита под залог интеллектуальной собственности, мы были в первых рядах. Такая помощь положительно влияет на возможности развития, креативность в масштабировании. Город даёт возможность экспериментировать.

Мы хотели быть конструкторским бюро для автопрома. Чтобы стать поставщиком, нужны большие производственные мощности, надо многим требованиям соответствовать. Год за годом мы приближались к своей цели, стали поставщиками третьего уровня. До первого уровня нам ещё расти и расти, надеюсь, поддержка не ослабнет, и мы сможем достичь нашей цели. Ведь она помогает локализовать импортные комплектующие, достигнуть технологического суверенитета в области светодиодной светотехники. По сути мы изменили бизнес-модель с КБ на производителя.

Меры поддержки

Гранты за патентование изобретений и полезных моделей в РФ и зарубежом, субсидии на транспортные расходы, льготный кредит под залог интеллектуальной собственности, участие в образовательных программах Центра интеллектуальной собственности и офлайн-мероприятиях.



ИННА БОНДАРЕВА, ПИСМОР ЧИСУПА

**Директор и основатель
ООО «Таргетта»,
руководитель направления
развития бизнеса по странам
Африки и Латинской Америки**

Компания – разработчик инновационных решений в медицине

“ Создавай тренд, а не просто высокотехнологичный продукт.

Цифровая трансформация здравоохранения – ключевая концепция, объединяющая все наши продукты. Мы создаем комплексные высокотехнологичные решения для современной системы здравоохранения, включая VR Medica Platform, наносенсоры и роботизированные системы в стандарте Smart Hospital.

Путь предпринимателя полон ежедневных новых вызовов и поворотов, но мы всегда стремились быть на острие мировых трендов. Наша цель – создавать сегодня то, что будет востребовано завтра.

Наши решения не только отражают современные тренды, но и формируют их, обеспечивая компании ясное позиционирование на рынке и успешное взаимодействие с потенциальными партнерами по всему миру. Наша компания предлагает целостные цифровые экосистемы, которые способствуют развитию медицины будущего и поддерживают национальные стратегии цифровизации в сфере здравоохранения.

Устойчивый рост обеспечивает не только яркая идея, но и дисциплина, постоянное обуче-

ние и использование всех ресурсов, которые предлагает столичная экосистема для предпринимателей.

Я всегда верила, что даже в такой конкурентной среде, как Москва, можно построить успешный бизнес. Это город, который вдохновляет и поддерживает предпринимателей, создавая благоприятные условия для развития бизнеса и внедрения инноваций. Представлять столичный бизнес совместно с Московским экспортным центром – большая ответственность и 50% успеха, так как наши зарубежные партнеры больше доверяют компании, которую рекомендует город. Это часть нашего секрета и успеха – следовать за МЭЦ.

Москва предоставляет бизнесу невероятно мощные инструменты для роста: в партнерстве с МЭЦ наша компания в последние три года вышла на рынки семи новых стран, включая Оман, Саудовскую Аравию, Египет, Бразилию и ЮАР, и увеличила экспортные поставки на 40%. Благодаря участию в международных выставках заключены новые экспортные контракты с Ираном. Доля экспорта в выручке компании за три года выросла с 25 до 45%.

Меры поддержки

Выход на международный рынок.



ЮЛИЯ АЛИЕВА

**Создатель бренда и социального проекта
Russian Grannies**

Маркетплейс товаров и услуг от старшего поколения

“

**Не теряйте времени на сомнения.
Проверьте идею по принципу
MVP – и в случае успеха будьте
настойчивы и последовательны.**

Я хотела объединить умения двух поколений – навыки и знания молодых в области дизайна, стиля, маркетинга с мастерством и опытом старших. Еще в 2018 году я поняла, что нашла дело жизни, и, чтобы воплотить эту идею в жизнь, мне пришлось оставить руководящую должность на госслужбе и начать все с нуля.

Идея площадки, где мастера старшего поколения могли бы получить возможность самореализации, была настолько новой и красиво воплощенной, что бренд очень быстро приобрел популярность не только в отечественных, но и в зарубежных СМИ.

Благодаря «сарафанному радио» о нас узнавало все больше мастеров старшего возраста, многие хотели присоединиться к бренду. Так родился новый формат – помощь мастерам в продаже их авторских изделий, а проект Russian Grannies стал социальным.

В 2021 году я перезапустила GRANNY'S, мы работаем сразу над двумя брендами. При помощи социальной составляющей нам удается делать по-настоящему стильные и очень качественные изделия ручной работы, пересмысля культурное наследие страны на современный лад.

В момент основания компании у меня был хороший опыт госслужащей и нулевой предпринимательский. Сначала я действовала, что называется, по наитию, сейчас процессы выстроены с большим пониманием.

Мне интересна сфера социального предпринимательства и индустрия моды. Мы хотим стать любимым вязаным брендом, нести в мир свой стиль и особые смыслы, открыть свой магазин, обеспечить стабильной работой мастериц в возрасте старше 60 лет и, пожалуй, выйти на экспорт – демонстрировать культурный код страны и славить таланты русских женщин.

С помощью специалистов «Малого бизнеса Москвы» мы получили статус социального предприятия и продолжаем обращаться за консультациями, принимаем участие в проектах, например в «Сделано в Москве», и отраслевых выставках, таких как Московская неделя моды. Все это помогает нашей компании привлекать новую аудиторию и увеличивать продажи. Мы также стали участниками городского фестиваля «Зима в Москве» и представили продукцию на маркете в павильоне «Подарок». Наши модели были раскуплены в первые же дни.

Меры поддержки

Продвижение проекта.



АЛЕКСЕЙ ЛУКЬЯНОВ

**Генеральный директор и основатель
ООО «Спектрально-динамические системы»**

Инновационная биотехнологическая компания, разработка и производство систем ФСД-диагностики и мониторинга заболеваний в медицине, животноводстве и птицеводстве

“

Верьте в свое дело больше, чем в деньги. Если ставить бизнес на первое место, финансы подтянутся.

Все началось с идеи, которая казалась невозможной. Мы создали технологию, у которой до сих пор нет аналогов в мире – систему ежедневного поголовного мониторинга крупного рогатого скота. Представьте: фермер видит состояние каждой коровы в одном окне на экране компьютера. Это не фантастика, а реальность, которая уже снижает заболеваемость животных и повышает эффективность ферм.

Путь к этому результату не был легким, пришлось разрабатывать все с нуля. Но переломных моментов не оказалось: прогресс шел планомерно, шаг за шагом. Главным двигателем стал наш небольшой, но сплоченный коллектив. Когда каждый специалист – эксперт, а в команде взаимопонимание, даже серьезные трудности преодолеваются легче.

Прорыв случился в последний год: мы вышли на рынки Африки и Южной Америки. Здесь неоценимую помощь оказал Московский экспортный центр – именно их поддержка помогла наладить диалог с зарубежными партнерами. Пока это первые, но уже осязаемые успехи.

Коров в Москве, конечно, нет, но столица для нас – идеальная площадка для развития. От-

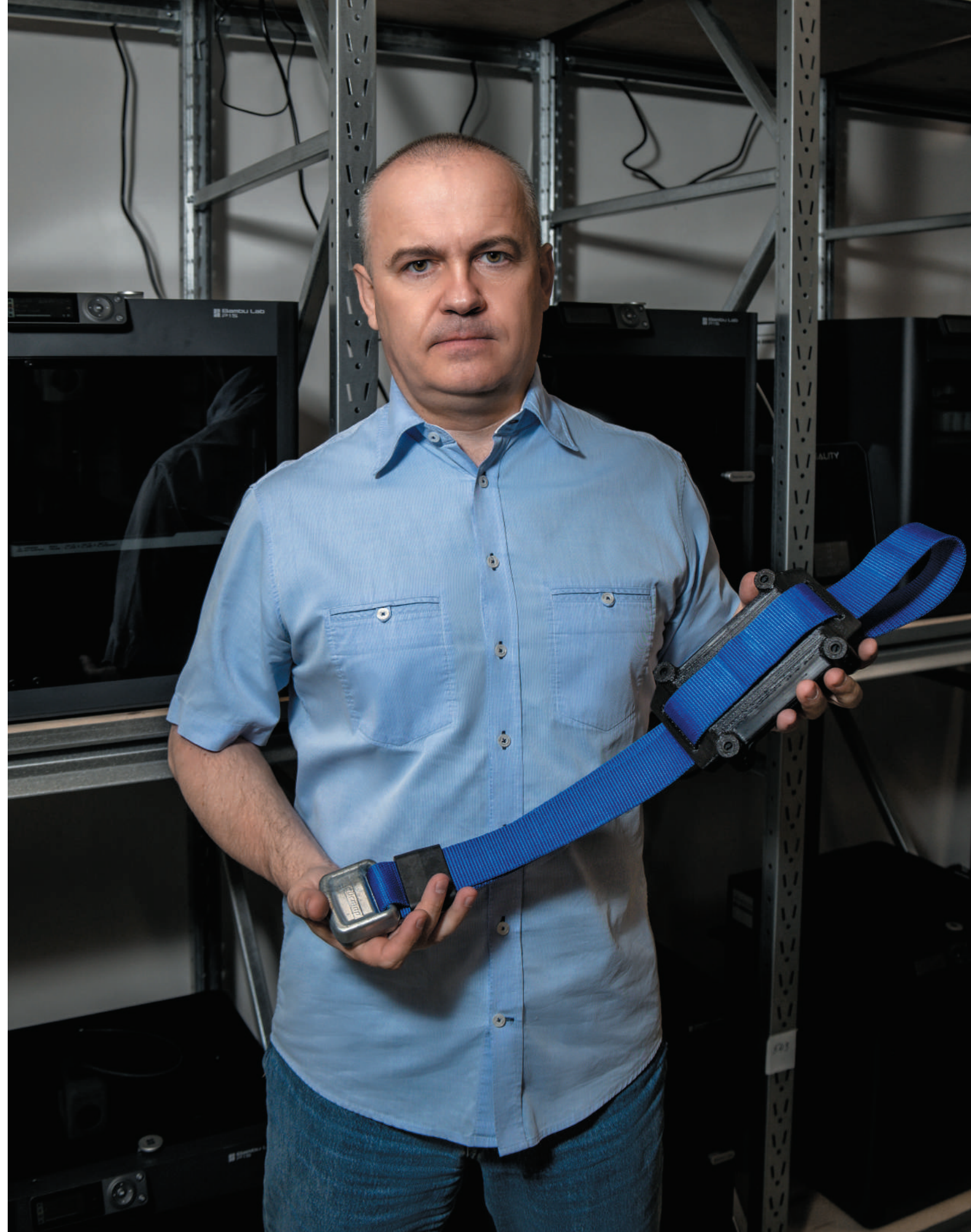
сюда мы масштабируем технологию в регионы и за рубеж. А еще активно пользуемся мерами поддержки: гранты на оборудование, патентные возмещения, экспертизы от города. Сейчас базируемся в технопарке «МосМед-Парк»: здесь есть все для разработок и тестирований. Московская инфраструктура, от транспорта до образовательных программ, создает среду, в которой инновации не только выживают, но и растут.

Планы амбициозные: занять 30% российского рынка мониторинга КРС и выйти на все континенты (кроме Антарктиды, конечно). Городские инициативы вряд ли помогут напрямую – наш проект не урбанистический. Но уже существующие инструменты, от технопарков до экспортных программ, продолжают быть надежным тылом.

Какой я мог бы дать совет тем, кто только начинает? Верьте в свое дело больше, чем в деньги. Если ставить бизнес на первое место, финансы появятся. Если гнаться только за прибылью – потеряете и то и другое. Никогда не сдавайтесь. Бизнес как жизнь – динамичен. Меняйтесь вместе с ним, но не изменяйте своей цели.

Меры поддержки

Гранты на оборудование, патентные возмещения, экспертизы.



АНГЕЛИНА ТРУХАЧЕВА

Основатель сети студий
раннего плавания «Аквапупс»

“

Надо быть честным по отношению к себе, своим сотрудникам, клиентам. И вот через эту честность и получается результат.

Моя предпринимательская история началась с простого материнского желания – найти для дочки идеальный бассейн. В 2017 году, объехав пол-Москвы, я так и не обнаружила места, которое соответствовало бы моим требованиям как тревожной мамы. Так родился «Аквапупс» – проект, объединивший мою любовь к детям и опыт аналитической работы на Алтайском шинном комбинате, где я ранее занималась стратегическим развитием.

Первые шаги дались непросто: мы совершили массу ошибок, за которые теперь искренне благодарны. Они стали нашим лучшим учителем. Настоящим испытанием оказался 2020 год: мы первыми закрылись на карантин и три месяца не работали, сохраняя обязательства перед арендодателями и клиентами. Но уже в ноябре того же года вопреки всему открыли второй филиал. Это оказалось даже сложнее старта: каждый новый бассейн преподносил неожиданные сложности. Сегодня наша сеть насчитывает семь филиалов, и в 2025 году мы открыли четвертый новый центр. Наша гордость – бассейны с пресной и морской водой, настоящая клиентоориентированность (мы добавили поручни и крючки по просьбам родителей) и специальные программы для детей с особенностями развития, которых мы ласково называем «розовыми справками». Москва стала надежным партнером на этом пути. Еще в 2017 году курсы по настройке рекламы от МБМ помогли нам сделать первые шаги. Также благо-

даря обучению и советам специалистов мы определились на развитии каких социальных сетей нам стоит сосредоточиться, доработали сайт, добавив в него новые клиентские разделы, что сделало его более понятным и удобным. В 2021 году мы получили субсидию 900 тыс. руб. на коммунальные расходы. Городские фестивали вроде «Лета в Москве», «Зима в Москве» и спецпроект «Заходи на огонек», PR-поддержка города – все это дало компании возможность заявить о себе, а Штаб по защите бизнеса помогал решать отраслевые вопросы.

Особое место в нашей работе занимает проект «Добропупс» – мы организуем бесплатные занятия для детей с инвалидностью и собираем вещи для нуждающихся семей, в частности для жителей Донбасса и Курской области. Мой главный принцип прост: честность перед клиентами и сотрудниками. Я убеждена, что ошибки – это ценный опыт, а все ограничения существуют только в нашей голове. Начинающим предпринимателям советую помнить: трудности закаляют бизнес, а масштабное мышление помогает совершать невозможное. В планах – развивать благотворительные программы при поддержке Департамента предпринимательства и инновационного развития города Москвы и продолжать расширять сеть, не жертвуя качеством. Когда родители благодарят нас за прогресс в развитии их детей, я понимаю: мы создали не просто бизнес, а настоящее социальное дело.

Меры поддержки

Профессиональное обучение для развития бизнеса.



ТИМОФЕЙ ПЕРЕВЕЗЕНЦЕВ

**Генеральный директор
ООО «Полимерлаб.Медтех»,
автор проекта EXPMD**

Инновационный материал для восстановления костей
после переломов

“

Не бойтесь пробовать. У меня было множество провалов, но каждая неудача – шаг вперед. Особенно если вам 20–22: все впереди.

Все началось в 15–16 лет, когда я ушел из профессионального спорта – занимался академической греблей, но понял, что предпринимательство может стать моим путем. Сначала пробовал силы в научных проектах, а затем пришел к идее коммерциализации разработок – так появился «Полимерлаб.Медтех». Мы создаем то, что действительно нужно рынку: например, наш полимерный гипс EXPMD – это полностью российский продукт, который уже сейчас дешевле и функциональнее аналогов.

Переломным моментом стали не первые продажи, а выход на сделку с крупным военно-промышленным холдингом. Это результат сотен питчей – бывало, выступал по пять-шесть раз в неделю. Каждая неудача заставляла дорабатывать проект, в итоге инвестор нашел нас сам.

Москва дала нам главное – среду для развития. «Академия инноваторов» – лучший акселератор, который мы проходили. А еще здесь сосредоточены ключевые специалисты, от

врачей ДЗМ до ученых Сеченовского университета. В медтехе, где каждый продукт требует долгих испытаний, это критически важно.

Чем мы отличаемся? Наш гипс не просто импортозамещен – он легче, пропускает воздух, прозрачен для рентгена и фиксирует любые части тела. А еще он в разы дешевле – для расходников это решающий фактор.

Пунктуальность и честность – основа доверия. Если партнер опаздывает дважды, прекращаю сотрудничество. И еще: сдаваться можно только после десятой попытки. Мой опыт тому подтверждение: многие двери открываются не качеством, а упорством.

Планы амбициозные: за три-пять лет захватить российский рынок и выйти в страны БРИКС. Там проще с регистрацией, а наши полимеры – основа для новых продуктов. Москва же может помочь с пилотированием – для стартапов это бесценно.

Меры поддержки

Обучение в акселераторе.



НАТАЛЬЯ БОЖКО

основательница кондитерской студии «Вкусный дом»

кондитерская студия, где можно выбрать готовые пирожные или оформить торт на заказ

“

Важно гореть своей идеей, даже если все вокруг будут говорить, что ничего не получится.

Я профессиональный кондитер и отработала год по специальности. Позже на 12 лет ушла в бьюти-сферу. Как-то раз подруга попросила меня приготовить ей на день рождения торт, а затем посоветовала меня своим друзьям. Скорее всего, именно это вдохновило меня вернуться к своему делу. Когда ты понимаешь, что людям нравится то, что ты делаешь своими руками, это вдохновляет ещё больше.

В наших десертах нет искусственных добавок и консервантов. У нас проверенные поставщики ягод и остальных продуктов, с которыми мы работаем уже несколько лет, что помогает нам удерживать стоимость и качество продукции. Мы прислушиваемся к нашим покупателям и считаем очень важным не только слышать обратную связь, но и отвечать на неё.

«Малый бизнес Москвы» помог нам открыть ИП, когда появилась возможность попасть на платформы «Яндекс Еда», «Деливери». Сотрудники МБМ помогли мне пошагово разобраться с оформлением собственного бизнеса. Думаю, что это очень хорошее

подспорье для начинающих предпринимателей. Это стало переломным моментом в развитии моего дела: именно тогда мы нашли помещение, наняли сотрудников, стали появляться дополнительные заказы.

Самый яркий успех за последний год – открытие нового помещения с небольшим торговым залом. Мы смогли начать продавать наши десерты поштучно, что позволило нам познакомить большее количество людей с нашей продукцией. До этого мы продавали только в наборах от определённого количества на заказ.

Наш магазин-кондитерская стал местом особого уюта для покупателей, благодаря особому тематическому интерьеру. Будущее нашей компании в столице мы видим в увеличении количества помещений с кухнями и небольшими торговыми залами, что позволит нам сократить время доставки и увеличить клиентскую базу в разных районах Москвы, донести качество нашей продукции до большего количества людей, создавать уютные места.

Меры поддержки

Поддержка в открытии и развитии бизнеса.



ГЕОРГИЙ ЖУЙКОВ

Генеральный директор

ООО «ОптоМониторинг» — российская научно-производственная компания в сфере распределённых волоконно-оптических систем непрерывного мониторинга и контроля состояния протяжённых инфраструктурных объектов

“

Время и опыт работы показали, что качественный и надёжный продукт важнее сиюминутной выгоды и в дальнейшем продаёт себя сам.

Компания была основана более 20 лет назад. В энергетическом секторе происходили серьёзные перемены, это повлияло на решение создать компанию, которая объединила бы потребности сектора и IT-технологии, ставшие более доступными. Переломным моментом можно считать выход в другие секторы рынка: дорожную инфраструктуру и переработку сырья. Мы развили и новые коммерческие направления, такие как разработка программного обеспечения.

Основное направление нашей деятельности — разработка и создание систем мониторинга нефте- и газопроводов. Наши системы применяются по всей России — от Ямала до Краснодара и от Калининграда, Выборга до Козьмино. Мы работаем в узкоспециализированном секторе рынка. Процесс «от проекта до ввода в эксплуатацию» может занимать от трёх до пяти лет и требует прохождения множества энергоёмких этапов: патентования, аккредитации, научно-исследовательской работы, опытно-промышленных испытаний.

Мы адаптируем продукт под решение каждой конкретной задачи заказчика, осуществляем

постпродажную поддержку. О комфорте городской среды можно говорить долго, но мне хотелось бы отметить создание промышленных кластеров, эффективной транспортной инфраструктуры и цифровизации взаимодействия с органами управления.

Мы пользуемся освобождением от налога на прибыль как резидент кластера «Ломоносов». Команда кластера информирует о мерах поддержки Правительства Москвы, создаёт условия для знакомства с потенциальными партнёрами, оказывает информационную поддержку. Компания получила несколько грантов на патентование изобретений и полезных моделей в РФ. Кроме того, мы ищем площадки под производство, используя сервис МИК, планируем выход на зарубежные рынки.

Московская среда снимает значительную часть операционной и материальной нагрузки (поиск и оформление льгот, грантов, предоставление инструментов для повышения квалификации сотрудников). Создаётся синергия — рядом с нами работают такие же научно-производственные и технологичные компании, это даёт дополнительную мотивацию.

Меры поддержки

Грант за патентование изобретений и полезных моделей в РФ, участие в образовательных программах Центра интеллектуальной собственности, резидент кластера «Ломоносов».



НИКИТА КОСЬЯНЕНКО

Генеральный директор, собственник

ООО «Эльпартс инжиниринг» – производственно-сервисная компания по проектированию, ремонту, обслуживанию и изготовлению банкоматов и банковского оборудования.

“**Выход есть всегда, результатом будет или успех, или опыт.**”

Спустя 11 лет работы по ремонту и сервису банкоматов, проработав в разных компаниях и набравшись опыта, четыре года назад я решил открыть свою компанию. Бизнес начался с упора на экспорт: требовалось изучить рынки, проанализировать их уровень технологий и цели, подобрать нужные решения для развития. Преодолеть трудности помогло желание развиваться и постоянное обучение, а также моя семья, которая всегда меня поддерживает.

Мой бизнес – это встраивание в процессы, поиски интересных решений и упаковка их в готовый продукт. Одно из главных преимуществ – это техническая база и инженерные знания, которые мы применяем с помощью открытия сервисных центров по ремонту и покраске оборудования.

Мы можем работать как с конечным клиентом, так и с сервисными компаниями, получая от них новые знания и передавая им свои, ведь Россия – центр финансовых технологий, уровень развития нашей страны самый передовой. В Москве высокий уровень сервисов, очень

развита транспортная система, это ускоряет время доставок и отправок.

Важной поддержкой правительства Москвы было софинансирование обучения в школе Сколково на программе «Экспортеры 2.0». Мне удалось попасть на 11-й поток программы и получить много полезных знаний. Участие в бизнес-миссиях помогает развивать экспорт и связи на внешних рынках.

Правительство Москвы оказывает огромную помощь предпринимателям и бизнесу, что способствует росту и развитию. За счёт бюджетных средств есть возможность получить новые знания, участвовать в выставках и форумах, это положительно сказывается на дальнейшем развитии бизнесов столицы. Мы зарекомендовали себя перед некоторыми зарубежными и ведущими банками России как надежный партнёр, а также обзавелись компаниями-партнёрами. Всё это благодаря индивидуальному подходу к каждому, опыту и стремлению к развитию, мы не стоим на месте.

Меры поддержки

Профессиональное обучение, участие в бизнес-миссиях.
Грант на покупку оборудования.





ELIAN

Бренд ELIAN начал своё становление в 2017 году, когда его создатели задумались о том, почему в мире нет известных российских брендов косметики. Вдохновившись русской культурой и историей, компания решила создать аутентичный бренд, который объединяет в себе традиции и современный подход к красоте. В каждом продукте ELIAN можно найти элементы русской культуры: например, матовые помады, вдохновлены литературными героинями, а упаковку украшает традиционный узор в монохромном исполнении.



