

# МИРУПАКОВКИ



# СОДЕРЖАНИЕ:

## Впервые

вы не держите в руках журнал «Мир Упаковки». Это первый номер за всю историю, который выйдет только в электронном виде. И, конечно же, он должен был быть совсем другим. Он готовился для принципиально иной рыночной ситуации и для реалий, которых больше не существует... Увы, в этом мы ничем не отличаемся от всего бизнеса страны. Мы собирались поговорить о росте нишевого бизнеса. Мы сделали большой материал по теме, ещё недавно бывшей главной проблемой каждого предпринимателя — кризис в логистике. Мы придумали эту обложку. Эту. Жизнерадостную. Обложку.

Что ж.

Редакция сохранила большую часть содержания номера-который-должен-был-быть — разве только пришлось отказаться от уже неактуальных (увы) материалов. И мы решили оставить обложку, пусть это и вызвало немало споров. Не только, чтобы показать всю неожиданность происходящего — но и удержать перед глазами картину верно устроенного мира. Мира, к которому стоит стремиться каждому из нас.

Да, жизнь подкидывает новые испытания — она всегда это делает. Да, бизнес принимает эти вызовы — опять же, как всегда. Ситуация может быть нова, но работать с ней предстоит известно как. Осваивать новые ниши, беречь ресурсы, искать пути для развития. Просто не сидеть сложа руки. Просто развиваться. Взгляните на обложку. Давайте сделаем, чтобы (несмотря ни на что!) было так. Вот о чём этот номер. И вот кто его главные герои.

## ЭКСПЕРТНЫЕ МНЕНИЯ

Время сложных вопросов? Слово специалистам!

- 4 ПРОТОРЕННЫМ ПУТЁМ**  
ТОРы и СПВ: экспертный обзор и практикум от резидентов.
- 8 КОФЕЙНЯ: КАК ПИТЬ ДАТЬ**  
Разговор с «Кафемой» — правила хорошей кофейни, рыночные тренды и как их угадать.

## ЦЕННЫЙ ОПЫТ

Бизнес-кейсы Сибири и Дальнего Востока — из первых рук.

- 12 ДЕЛАЕМ ВЕЩИ: ДИЗАЙН «ЛЮБЛЮ САХАЛИН»**  
Как обновлялся дизайн популярных стаканов линейки «Люблю Сахалин».
- 13 ПИЦЦА: АРТ-КОРОБКИ И НАИЛУЧШИЕ ПОЖЕЛАНИЯ**  
Как в маленьком посёлке сделать культовую пиццерию.
- 14 МОЛОДО-ЗЕЛЕНО**  
Как вырастить перспективный бизнес на микрозелени.
- 16 О ЧЁМ СЫР-БАР?**  
Как в Южно-Сахалинске появилась крафтовая сыроварня с собственным баром.

## ИСТОРИЯ ВЕЩЕЙ

И самое обычное когда-то тоже придумали впервые — вот как это было.

- 18 СОЛОМИНКИ МАРВИНА СТОУНА И ДЖОЗЕФА ФРИДМАНА**  
Два предприимчивых американца и семь тысяч лет истории трубочек для питья.
- 20 ПАКЕТ ВСЕХ ПАКЕТОВ**  
Древнекитайская обёрточная бумага, «бумажные мешки» и гениальная изобретательница — путь к современному бумажному пакету
- 22 УДИВИТЕЛЬНАЯ ИСТОРИЯ ДОКТОРА МОНТЕНЬЕ**  
История самой первой пластиковой бутылки, навсегда изменившей рынок дезодорантов.
- 24 ПО РУКАМ: РАБОЧИЕ ПЕРЧАТКИ**  
Какие бывают? Для чего предназначены? Как выбирать? Все ответы.



mirupak.ru

**Над номером работали:** Фитлина Ольга, Трушкин Андрей, Гусякова Юлия, Пасечников Евгений  
**Текст:** Дыда Владимир

**Верстка:** Мальцева Валентина, Шиманович Артур  
**Обложка:** Черникова Наталья

**Владивосток**  
ул. Енисейская, 23д, корп. 1  
тел. 8 (423) 220-05-82  
office@mirupak.ru

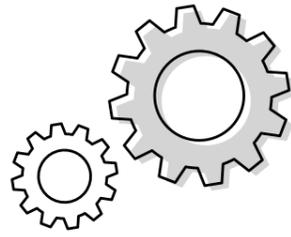
**Хабаровск**  
пер. Промышленный, 8а  
тел. 8 (4212) 794-000  
info@mirupakovki.ru

**Южно-Сахалинск**  
проспект Мира, 56/2  
тел. 8 (4242) 55-60-20  
sakhalin@mirupak.ru

12+

**Весна '22**  
Тираж: 0 экз.

# ПРОТОРЕННЫМ ПУТЁМ: КАК СТАТЬ РЕЗИДЕНТОМ ТОР И КОМУ ЭТО ТОЧНО ПРИГОДИТСЯ



С 2022 года стать резидентом одной из российских территорий, на которой действуют специальные условия для предпринимательской деятельности — стало гораздо проще. Что такое СПВ и чем он отличается от ТОР, в чём плюсы статуса резидента и каковы сложности, как действовать и на что обратить внимание отвечает наш эксперт **Юрий Суздальцев, финансовый директор компании «Профконсалт».**

## — ТОРЫ и СПВ. Что это?

— Это территориальные программы улучшения бизнес-климата, на Дальнем Востоке доступны обе. ТОР (иногда ещё пишут ТОСЭР) означает «территория опережающего развития», СПВ расшифровывается как «Свободный порт Владивосток». Бизнес, участвующий в таких программах, называют «резидентами» соответственно ТОРа или СПВ. Важно отметить, что нельзя быть резидентом ТОР и СПВ одновременно.

## — Чем они отличаются?

— Если вкратце, то ТОР — прежде всего конкретная территория, на которой резидент может купить земельный участок или получить его в долгосрочную аренду. Он реализует проект только в рамках участка. Есть ограничения по сферам деятельности — не годятся проекты в области финансовых услуг, игорного бизнеса, торговли и некоторых других. ТОРЫ хороши для капиталоемкого бизнеса. Когда занимаешься производством, складами или строительством, а земли нет — имеет смысл взять участок в ТОР, всё сразу построить и работать. Тер-

ритории удобно расположены, дороги проведены, коммунальные мощности присутствуют, инфраструктура обеспечена.

Географических ограничений у СПВ гораздо меньше — резидент может вести деятельность в рамках 22 муниципальных образований в 5 регионах России (Приморский край, Хабаровский край, Камчатский край, Сахалинская область, Чукотский АО). Это оптимальный выбор для более мобильного, сервисного, нацеленного на предоставление услуг бизнеса. Компания «Профконсалт», к примеру, резиденты СПВ. У нас есть клиент из Санкт-Петербурга, который занимается строительной техникой и открывает в Большом Камне (Приморский край) склад временного хранения. Недавно получили по ним положительное решение, тоже будут резидентами СПВ.

## — Что даёт бизнесу статус резидента?

— Сниженные ставки страховых взносов — вместо 30,6%, резиденты платят 7,6%. Нулевая ставка по налогу на прибыль в течение первых пяти лет с момента получения дохода, потом ещё 10% в течение

ещё пяти лет — вместо 20%. Сниженная ставка налога на имущество. Вкупе дает огромную экономию.

*Одна из преференций СПВ — возможность организовать свободную таможенную зону и не платить входящий НДС при импорте на территорию РФ. Например, можно зарегистрировать такую зону на месте будущего производственного предприятия. Это непросто, речь идёт фактически о создании небольшого таможенного пункта, соответствующего строгим нормам контролирующих органов. Но в ряде случаев игра стоит свеч. При импорте оборудования, которое будет там постоянно использоваться — входящий НДС (20% от стоимости) к нему в момент ввоза не применяется. Его придётся оплатить только в случае выхода оборудования за пределы таможенной зоны.*

*Помимо налоговых преференций КРДВ оказывает консультационную поддержку, предоставляет возможность бесплатно размещать информацию о резиденте КРДВ на их ресурсах (сайт, журнал). КРДВ организует взаимодействие с университетами и даёт резидентам возможность участвовать в ярмарках вакансий для поиска персонала. Резиденты имеют право разместить товарный знак «Сделано в ТОР/СПВ» на своей продукции. Резиденты имеют возможность получения кредитования по льготным программам.*

## — «Мир Упаковки» во Владивостоке является резидентом СПВ с сентября 2021 года.

— Да, это касается направления производства упаковки, оно отдельным проектом заведено в Свободный Порт. Некоторые другие проекты группы «Мир Упаковки» используют эти преференции гораздо дольше. Например, проект ЗУМ (Завод Упаковочных Материалов) с июля 2019 года является резидентом ТОР в Индустриальном Парке «Авангард» в Хабаровске; одна из логистических компаний группы — резидент СПВ с марта 2019.

*Предприятия с несколькими направлениями бизнеса могут выводить в резидентство определенное направление — как поступил «Мир Упаковки» (основной бизнес оптовая торговля, но производство упаковки оформлено в СПВ). Это делается в рамках одного юрлица, но требуется вести отдельный бухгалтерский учёт.*

## — А сложно ли стать резидентом СПВ или ТОРа?

— Скажем так, один из наших клиентов — компания с двумя пит-стопами в спальном районе Владивостока. Резиденты СПВ. С этого года к кандидатам предъявляются всего два ключевых требования. Во-первых, соответствие установленному списку видов деятельности. Во-вторых, объём осуществляемых капитальных инвестиций в течение первых трёх лет. Так вот порог по инвестициям в этом году понизили с пяти миллионов рублей до пяти сот тысяч. Что по силам почти любому малому предпринимателю.

*Какие инвестиции считать капитальными — определено в категориальных справочниках. Например, покупка земли с постройками таковой не считается (инвестиции в объект были осуществлены ранее). Но если купить землю и построить на ней склад — это капитальные инвестиции. Такие госпрограммы призваны развивать территории, правила составлены именно исходя из этого, всё разумно и логично.*

## — Как стать резидентом?

— Нужно обратиться в КРДВ — Корпорацию развития Дальнего Востока и Арктики. На их сайте есть форма заявки, нужно её заполнить. Приложить уставные документы и бизнес-план с описанием проекта. Сформированный комплект документов следует отправить в КРДВ — через личный кабинет на сайте либо почтой. КРДВ его рассмотрит, при необходимости поможет с нужными изменениями. Нормативно заявку положено рассматривать не более 30 рабочих дней, но по факту это занимает около 10. После утверждения будущему резиденту придёт проект допсоглашения с Корпорацией, в котором фиксируются основные пункты бизнес-плана. Сразу после подписания компания получает статус резидента СПВ или ТОРа.

## — Расскажите о бизнес-плане подробнее.

— Документ с описанием идеи проекта, оргструктуры организации, анализом конкурентного окружения, оценкой объёма инвестиций. Он также сопровождается финансовой моделью с расчётом основных показателей — выручка и динамика её увеличения, затраты, чистая прибыль, движение денежных средств, штатное расписание и динамика найма персонала, инвестиции в динамику,

расчёт налоговых поступлений в течение 10 лет по всем уровням налогов. В большинстве случаев составить такой бизнес-план несложно, на сайте КРДВ даже есть возможность составить его онлайн, просто отвечая на вопросы.

Уделите особое внимание двум вопросам — инвестициям и обязательствам по созданию рабочих мест. Если с инвестициями всё понятно, то по второму пункту необходимо расписать всё — должности, количество людей, их рост от квартала к кварталу. Будьте аккуратны. Если в бизнес-плане вы озвучили план принять на работу «кладовщика», а по факту взяли «отборщика» — с точки зрения правил это будут разные должности и применять пониженную ставку страховых взносов не получится.

### — То есть, всё указанное в бизнес-плане — фактически является обязательством резидента?

— Верно. Следует понимать, что КРДВ допускает невыполнение обязательств резидента — но в разумных пределах, максимум 10-15% от целевых. За более масштабное невыполнение обязательств в течение нескольких кварталов вкупе с отсутствием положительной динамики — есть риск, что КРДВ расторгнет договор в одностороннем порядке.

Мы советуем резидентам при составлении бизнес-плана и написании планового штатного расписания — накидывать небольшой резерв на рост персонала (условно, планировать 12 человек вместо 10). Лучше немного не выполнить, потому что если ошибиться и перевыполнить... придёт налоговая с проверкой и с лишними доначислениями.

### — Как проверяется выполнение обязательств?

— Есть отчётность, которую необходимо подавать в КРДВ ежеквартально. Простой отчёт, всего семь разделов — текущий объём продаж, план-факт по рабочим местам, план-факт по выполнению инвестиций и так далее. Подаётся прямо на сайте.

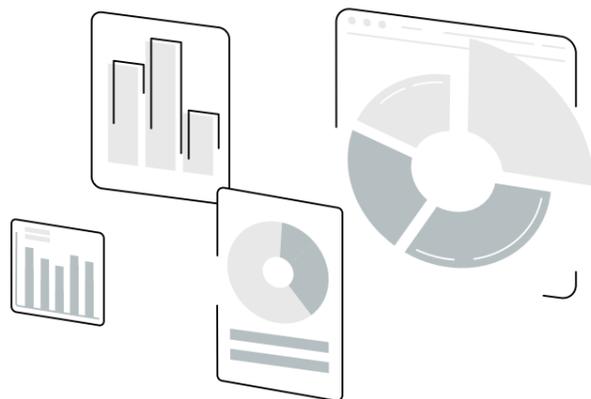
*Лайфхак. Обычная история при составлении бизнес-плана — не угадать с должностями, инвестициями, планами по объёму продаж. Поэтому примерно за две недели до конца квартала мы оцениваем выполнение зафиксированных обязательств... после чего на основе фактического выполнения подаем в КРДВ корректировку бизнес-плана. Ограничений по количеству корректировок бизнес-плана нет. Состав документов для корректировки тот же — только вносится изменение в бизнес-план и добавляется письмо с объяснениями причин корректировки. Это проверено на опыте, «Профконсалт» постоянно ведет 4 резидентов и неоднократно помогал заказчикам именно с бизнес-планами.*

### — А как вообще работает с КРДВ?

— Корпорация нацелена на увеличение количества резидентов, они готовы взаимодействовать и помогать. По каждой заявке даётся обратная связь, подробные комментарии по всем вопросам, помощь в коррективах, ускоренное рассмотрение исправленных заявок. Постоянно стараются облегчить бизнесу жизнь. Там работают умные, молодые, амбициозные, открытые, приятные в общении люди. Например, когда начались первые волны пандемии, в КРДВ нашли способ договориться с государством, чтобы привезти китайских рабочих на чартерном рейсе. Таких полезных моментов очень много. Коварных подводных камней за годы работы не нашлось. Все именно так хорошо, как выглядит. Знаете, какая главная сложность во взаимодействии? Рядом с офисом КРДВ тяжело припарковаться. Всё.

### — По опыту — нужно ли становиться резидентом?

— Стать несложно, поддерживать этот статус — тоже. Проверка за все годы у нас была одна и завершилась благополучно. Выгода же несомненна. Статус резидента открывает много возможностей для компании любого сектора и размера. Уверен, что нужно.

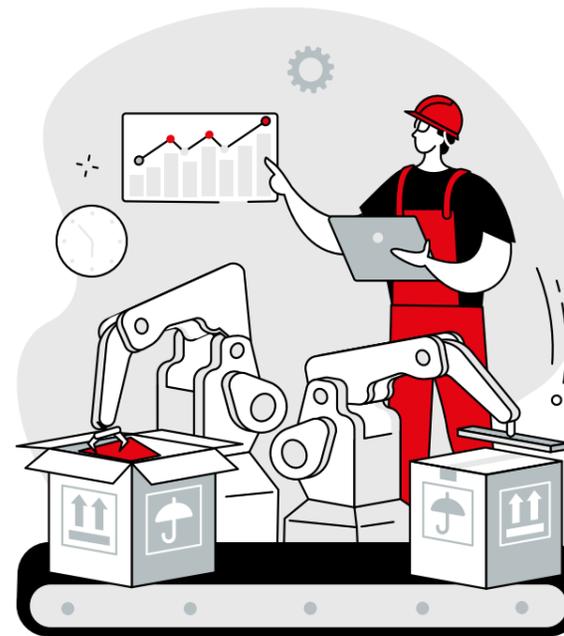


### Практикум: главный бухгалтер

Комментирует Анна Звода, главный бухгалтер ЗУМ и «ЛогПост»:

Завод Упаковочных Материалов (ЗУМ) пользуется льготой по прибыли и по страховым взносам. У компании «ЛогПост» в собственности есть земельный участок и склад, так что добавляется выгода по налогу на имущество. Стандартная отчётность организации для резидентов ТОР несколько расширяется.

Во-первых, нужно сдавать в КРДВ ежеквартальный отчёт по специальной форме. Затем, по каждой преференции следует предварительно подтвердить соответствие требованиям, а затем уже передать в налоговую по заявлению. И в отличие от обычных организаций, резиденты ТОР показывают налоговой, например, долю доходов от деятельности, обозначенной в соглашении о сотрудничестве (такой отчёт предоставляется в свободной форме). Мы уже отчитались за 2021, вопросов не возникло. Вообще, к резидентам налоговая относится уважительно — статус придаёт компании дополнительный вес.



### Практикум: руководитель

Комментирует Андрей Суховетченко, директор ЗУМ

Реальное взаимодействие с преференциями всё же не так просто. Побегать точно придётся. Программа может быть прописана прекрасно. Но ты начинаешь узнавать, как получить то же льготное кредитование. И выясняется — то лимитов нет, то условия не соблюдены, то залоговая масса требуется. Не до конца отрегулирован момент с налоговой. Они, проще говоря, в твоём статусе резидента разбираться не станут. Доначислят налоги, потом иди и обжалуй. Впрочем, по ТОРах есть куратор в прокуратуре, к которому можно обратиться в случае излишнего административного давления на резидента.

Но предприниматель и обязан быть готов к постоянным вызовам, видеть не «мне должны» — а окно возможностей. Послабление по налогам? Сниженные ставки по взносам на сотрудников? Льготное кредитование? Да это в любом случае подарок! Можно сосредоточиться на инвестфазе проекта. Собственно, резидентство позволяет компании вообще не иметь доходов первые пять лет — созидать, налаживать, развиваться.

Завод Упаковочных Материалов — резидент ТОСЭР Индустриальный Парк «Авангард» (Хабаровский край). Это первый частный индустриальный парк на ДВ, остальные государственные. Поэтому «Авангард» быстрее всех набрал резидентов — в интересах учредителя было выстроить коммуникации как можно быстрее. За два года появилась электрическая и газовая ветки, подключение к воде и канализации. Мы довольны сотрудничеством с Парком. Так, ЗУМ платит за энергию на 2,5 рубля меньше, чем было бы за территорией; газовые тарифы тоже ниже. Да сами возможности подключения к сетям чего стоят. Индустриальный Парк «Авангард» дал нам мощности по электричеству бесплатно — развивай мы проект за пределами Парка, потратили бы 17 млн рублей. 📌



# КОФЕЙНЯ: КАК ПИТЬ ДАТЬ

*Поговорили с экспертом ведущей кофейной компании на Дальнем Востоке — о развитии рынка, требовательных клиентах и правилах хорошей кофейни.*

## — Расскажите о себе?

— Евгений Щукин. Сотрудник компании «Кафема» — у нас 35 фирменных магазинов кофе по России, фабрика обжарки кофе, производим и продаём оборудование для обжарки. Скоро будет 15 лет, как я работаю в компании — и за стойкой, и по сервисному обслуживанию кофемашин, и по обучению персонала. Ещё я один из ответственных за вкус и «правильность» кофе; это предполагает поездки по разным странам, плантациям, мероприятиям. Для выбора кофе нужно специальное образование. Свое получал в Coffee Quality Institute, сейчас являюсь профессиональным Q-грейдером — то есть, могу определить качество зеленого зерна и обжаренного кофе, квалифицированно «показать» его, объективно описать и оценить вкус.

## — Как приходят к такой специальности?

— Я из Большого Камня, это в Приморье; учился в Хабаровске, на металлурга. Литейное производство черных и цветных металлов, если точно. Кстати, между варкой эспрессо и варкой стали немало общего — и там, и там качество зависит от верного соотношения составляющих и понимания технопроцесса. В общем, жизнь меня готовила. Окончил университет, аспирантуру, пару месяцев побыл преподавателем. После переехал во Владивосток. Работу по специальности не нашел, занимался чем мог. Ремонтировал, к примеру, крупную строительную технику. В том числе, помогал друзьям, открывшим «Кафема». В какой-то момент они сказали: «Всю жизнь будешь на ремонте? Попробуешь что-то другое?». Взял на полгода отпуск без содержания, пошёл поработать и... в общем, затянуло. Мне тогда было 34 года. Это довольно поздно, по любым меркам.

## — Сравнивая с ситуацией 15-летней давности — многое изменилось в отрасли?

— Тогда 99% людей вообще не знали, кто такой бариста — сейчас знают все, сама профессия начинает выходить из образа «подработка для студента». Вижу, как к нам начинают приходить люди уже состоявшиеся; даже в 34 года, почему нет. В «Кафема» работает, к примеру, много бывших барменов, просто уставших общаться с пьяными людьми — тут же кофе, тут приятнее. Сами кофемашины стали гораздо... слушайте, ну сложнее, да — с точки зрения инженера. Но и гораздо проще для пользователя. Самое главное, что для клиента становится всё более и более важен вкус.

## — Почему?

— Ещё 5-6 лет назад рынок вполне позволял поставить кофемашину и особо не заморачиваться ничем, кроме места и цены на продукт. Ниши были свободны примерно все. Сейчас на каждом шагу — кофе навынос, на каждом углу — по кофейне. По пути на работу средний житель Владивостока проходит 15 разных мест, где можно купить кофе. И каждое хочет привлечь ваше внимание. Внешний вид и интерьер важен. Имидж важен, отсюда все эти заметные стаканы с логотипом — смотрите, я пью кофе из особенно снобской кофейни. Цена важна! Не все могут себе позволить 2-3 чашки в день — поэтому множество кофе-точек в низкой ценовой категории, поэтому никуда не денется растворимый из ларьков. И вкус важен, конечно. Потому что здесь всё по классике. По мере насыщения рынка потребители начинают обращать внимание на качество.

Heart Coffee Roasters, Портленд



Kronotrop, Стамбул



Coffee Supreme, Окленд



Drop Coffee Roasters, Стокгольм



### — Российский рынок, то есть, можно считать насыщенным?

— О да, уровень развития кофейной культуры сейчас на высочайшем уровне — не отстаём ни от Америки, ни от Европы, ни от кого. В любом крупном городе легко найти несколько кофеен мирового класса. Для многих нормально взять навынос обычную элитную марку кофе, стереотипы насчет кофе в бумажных стаканчиках вообще давно ушли. На почве массового потребления со временем неизбежно начинают произрастать ценители.

### — То есть...

— ... то есть, вот вам реальная история. Лет 10 назад зашёл мужчина, выпил чашку кофе. Посидел. Подумал. И такой: «Знаете, я у вас вообще случайно. У меня по обычной дороге 2-3 точки с кофе, там и беру. Скажите, почему кофе не горький?». Начали объяснять про разные моменты, влияющие на вкус... и его это сильно удивило. Он ходил по одному и тому же маршруту, пил примерно одинакового вкуса кофе в разных местах, ему было без разницы — где брать, у кого брать. И тут у него появилась точка отличия. Десять лет спустя мест предложения кофе больше, людей с опытом его потребления больше. Кофе потребляют осознанно, поэтому фактор вкуса становится всё более важен.

### — Погодите-ка. Кофе не должен быть горьким?

Это большое упрощение, но не без доли истины. Широкая аудитория считает горький кофе нормой, потому что массовый рынок формируется массовым продуктом. А массовый кофе — по определению относится к более низкому ценовому диапа-

зону, который для сокрытия дефектов всегда обжаривается чуть темнее обычного. Вкус от этого становится более горьким. Сильная обжарка стирает нюансы между сортами, упрощает кофе. Более качественный кофе так не обжаривают, поэтому он становится более естественного и кислотного вкуса. Многим это непривычно. Имейте в виду при запуске кофейни.

### — Возвращаясь к сказанному — сейчас уже не выйдет «просто поставить кофемашину»?

— Нет. Многие так думают, но кофейный бизнес — это не «просто», не «поставить» и не «кофемашину». Это меньше половины нужного. Гость должен чувствовать внимание и отношение. В кофейню часто приходят на конкретного бариста — значит, он должен транслировать свое личное обаяние вдобавок к образу самой кофейни. И да, гости начинают разбираться в различных сортах и оттенках — то есть, фактор чистого профессионализма тоже важен для успеха кофейни.

### — А ещё?

— Если бы я делал кофейню, начал бы однозначно с местоположения. Понятно, что чем больше населенный пункт, чем «центровее» район — тем больше людей и денег, тем дороже аренда. Но и тут не без нюансов. Скажем, во Владивостоке есть новый микрорайон Снеговая Падь. Когда он заселялся, там не было вообще ничего — любая кофейня там была бы в ситуации начала нулевых, вообще без конкуренции. Такие вещи выявляет эксперимент; наш шеф, например, любит прийти в предложенное для кофейни место, посидеть там, посмотреть на людей, трафик прикинуть.

### — Трафик считают важнейшей характеристикой локации. Это так?

— Зависит от того, ориентирован твой проект на местное потребление или на транзитное. Есть места, вроде московского Арбата — неимоверный поток людей, но подавляющее большинство составляют туристы, которые завтра к тебе не вернуться. Минимум шансов заработать лояльного клиента. Туристы обычно смотрят на раскрученные марки: «О, Старбакс, нормально». Ну и риски, конечно. Очень многие люди, открывавшиеся во Владивостоке в 2019 году «под турпоток»... сами понимаете. С локальной аудиторией такого не бывает.

### — Как наработать лояльность, если клиентура более или менее стабильна?

— В самом начале нужно привлекать клиентов — рассказывая о качестве кофе, показывая, давая пробовать. Я бы предлагал разный кофе, например... эспрессо и фильтр. Акцентировал бы внимание, что можно чувствовать разные вкусы. Потому что предложение крупных сетей стандартно: «Пей в любой точке мира, будет один и тот же кофе». А здесь можно наоборот. И людей, которым это интересно — достаточно. Кофе стал достаточно разнообразным, чтобы люди могли экспериментировать.

### — Создается впечатление, что хиты кофеен глобально одни и те же, никаких экспериментов.

— С одной стороны, да. Самые популярные напитки готовятся в кофемашине — капучино, латте, американо. В нашем случае, фильтр-кофе опережает американо, правда. Но мы к этому долго шли.

Одними из первых поставили такие аппараты, всем давали пробовать. С другой стороны, у каждой точки свои нюансы, которые могут стать ключевыми для успеха или неуспеха проекта. «Кафема» много где есть. От Калининграда до Владивостока, от Санкт-Петербурга до Сочи. В каждом городе свои фишки. Недавно в Сочи работал, так там почти у всех дома турки, любят плотный и насыщенный кофе — за неделю намолот под турку как во Владивостоке за полгода. В Гонконге была кофейня, совершенно другой менталитет.

### — Фактор места так влиятелен?

— Да, вот Владивосток и Хабаровск. Во Владивостоке куча автопит-стопов, а в Хабаровске для людей инструкции печатали, чтобы не выходили из машины и прямо подъезжали к окошку. Во Владивостоке пит-стопы продают гораздо больше кофе, чем любые кофейни или кофе-точки на пешеходном трафике. А ещё они выросли во время пандемии, в то время как кофейни просели. Всего 800 км друг от друга, сопоставимы по населению, но абсолютно разные. Надо это учитывать? Да. Очень надо.

### — Значим ли фактор упаковки?

— Да. Становимся экологичнее — это правильно, понятно, приятно покупателям. Используем биоразлагаемые стаканы (и крышки, если получается); от трубочек стараемся отучать; делаем скидку навынос в своей кружке. Важно, что на вкус и ароматическую составляющую качественная одноразовая посуда не влияет. Некачественная... ну, как-то давно к нам приходили стаканы, которые приходилось проветривать. Такого не надо, конечно. «Мир Упаковки» в этом плане не подводит.



*Компании больше 20 лет. Начиналось всё в Комсомольске-на-Амуре, в 2002 году открылись в Хабаровске, около 17 лет назад появились и во Владивостоке. Сначала просто продавали кофе; впрочем, часть его была необычной (по тем временам) свежей обжарки.*

*Чтобы люди могли пробовать, поставили кофемашину — сначала автоматическую, потом профессиональную. После кризиса 2008 года перешли на собственную обжарку кофе — и с того самого момента стали переключаться на более высокий сегмент.*

*Начали посещать кофейные мероприятия, зарубежные выставки, плантации кофейные. Одними*

*из первых в России вошли в Alliance for Coffee Excellence — глобальную некоммерческую организацию, продвигающую культуру высококачественного кофе.*

*Какое-то время «Кафема» была единственной в стране компанией, сотрудники которой — постоянные судьи международного жюри Cup of Excellence (а это самый престижный кофейный конкурс в мире). Таких судей у нас сейчас 5-6 человек. В конкурсе участвуют фермеры, что позволило нам познакомиться напрямую. С некоторыми из них мы сотрудничаем уже с 2011 года, покупаем у них зелёное зерно, сами обжариваем — это уникальный продукт, есть только у нас. ♥*





**Юлия Гусякова**  
Маркетолог компании  
«Мир Упаковки»



Художник:  
Анастасия Уколова

## ДЕЛАЕМ ВЕЩИ: НОВЫЙ ДИЗАЙН СТАКАНОВ «ЛЮБЛЮ САХАЛИН»

Завершаем работы над обновленным дизайном стаканов «Люблю Сахалин», эксклюзивной «островной» коллекцией. Как она создавалась — поговорили с Юлией Гусяковой, маркетологом компании «Мир Упаковки».

Первую версию дизайна «Люблю Сахалин» создали более трех лет назад. В тот момент было несколько вариантов, так что попросили клиентов помочь с выбором. Люди активно включились, обсуждали чуть не всем островом, **остановились в итоге на том самом медведе с рыбой в лапах.** Выбор удачный, я считаю. На Сахалине этот дизайн действительно знаком большинству людей.

Мы понимали, что однажды придет время обновить коллекцию стаканов. Конечно, не существует четкого рецепта «как определить удачный дизайн» — это опыт, профессиональное мнение, внимание к обратной связи от клиентов и... всё верно, **количество лайков в инстаграм тоже влияет.** Мы долгое время собирали реакцию аудитории на различные стили и дизайны, поэтому когда потребовалось разработать новую линейку — уже было довольно четкое понимание желаемого.

Во-первых, нужен **узнаваемый дизайн именно от сахалинского художника,** который был бы погружен в жизнь острова. Затем, добавить образы часто встречаемых жителями Сахалина «персонажей» — лис, сивучей и вновь медведя. В-третьих, сделать сами иллюстрации более «живыми», детализированными и современными. И есть, конечно, определенные технические рамки — нужно учитывать особенности нанесения и сами характеристики стаканов, пакетов и прочей продукции в коллекции.

Выбранный нами художник — Анастасия Уколова. На острове она хорошо известна, регулярно проходят выставки, открытки и значки её работы популярны в качестве сувениров. Сама Анастасия говорит: **«Впечатления аккумулирую от поездок по Сахалину,** открывая новые места и получая удовольствие от мелочей. Увлечлась краеведением и историей области,

стараюсь их популяризировать. В том числе, оформляя и концентрируя идеи в открытках. Рисую в стилистике скетчинга, смешанными материалами — акварель, карандаши, тушь, лайнеры». Словом, наш человек — работаем.

В данном случае, мы уже определились с образами на иллюстрациях и (исходя из технических требований) понимали, что требуется черно-белая графика с заданным уровнем детализации. Решили, что рисунки будут исполнены тушью и пером. Обсудили композицию, природные фоны. После детальной отрисовки всех элементов по отдельности — собрали всё воедино. Получились **яркие образы, одновременно натуралистичные и символические.** Лис с хитрецей, медведь лапу приветственно поднимает, добродушные сивучи... а вам как? 🍷

## ПИЦЦА: АРТ-КОРОБКИ И НАИЛУЧШИЕ ПОЖЕЛАНИЯ

Хор — дальневосточный рабочий посёлок в 66 км к югу от Хабаровска. Хотим рассказать вам про один выдающийся проект родом оттуда — рассказывает Антон Калинин, директор сети магазинов «Пивной дом»

В 2018 году мой товарищ собрался открывать магазин разливных напитков в посёлке Хор. Зная, что я в этой области человек опытный — попросил помочь. Согласился, пару лет работали, всё шло в задуманном варианте. Бизнес это сезонный: летом большой клиентский поток, зимой сильный спад. Когда отладили ежедневную работу, задались целью эту сезонную зависимость снизить... а лучше и вообще убрать. Рассматривали разные варианты, в итоге родилась идея добавить еду. Это, замечу, не так-то просто было в наших условиях — на кухню реально было выделить только 12 квадратов.

Надо сказать, что я часто бывал на стажировках в Японии — и прекрасно знаю, как они умеют встроить полноценный стрит-фуд в любую площадь, даже микроскопическую. Вот и нас ограничения не остановили, всё продумали и смогли-таки создать компактную и удобную рабочую планировку. Из Японии же позаимствовали формат «открытой кухни», когда повар работает за стеклом, прямо на глазах у гостей. Что касается меню, то сразу отмели шаурму, пирожки и так далее. Решили подавать роллы и пиццу. Кухни, конечно, совершенно разные — и географически, и в плане вкуса, и вообще... но работаем мы в реальном мире, в посёлке Хор. А у нас оба эти продукта максимально понятны всем.

Мы к каждой мелочи относимся очень серьёзно... хотя нет, не к «мелочи»... к каждой детали относимся серьёзно, мелочей для нас нет. И сразу поняли, что отдавать клиенту пиццу в простой серой коробке неправильно. Так не пойдёт. А ведь только начинали, пицца-боксы были не брендерированные. Тогда Анна (наш специалист, отвечающий за стандарты качества) предложила писать на коробках пожелания.

🍷 *Что мы писали? «Ты — это целый мир». «Слушай свое сердце». «Будь смелее — ныряй в жизнь». «Путь к успеху в тебе». «Делай что любишь — люби что делаешь». «Делай этот мир лучше».*

Много чего другого, но основная мысль всегда была одна — подарить людям хорошее настроение и зарядить позитивом уже в тот момент, когда он только забирает заказ.

И взрослым людям, и детям — особенно детям! — приятно получать такие коробки. Уж поверьте, такое видно сразу. Зачастую человеку приятнее не стан-

дартный принт — а персональное пожелание, которое ему своей рукой написал другой человек.

Вскоре клиенты начали просить написать на коробке что-то специально для них или для того, кому делали заказ. Со временем пришли к идее разрисовывать коробки — администраторы у нас молодые, почти все умеют неплохо рисовать. На коробках появились котики с пиццей, улыбающиеся единороги и так далее. Вы не поверите, как часто нам пишут: «Коробки такие красивые, их жалко выбрасывать». С ними фотографируются, постоянно отмечают в Instagram. Мы поняли, что такой подход дал нам прямую эмоциональную связь с клиентами — очень важный момент.

🍷 *Всё это дало отличную отдачу. Сейчас в нашем первом магазине ежедневно делают 50-70 пицц — это очень хороший результат для посёлка, где живёт 9000 человек.*

В 2021 году открыли магазин в Вяземском, строим магазин в Хабаровске, запустили собственную доставку. Упаковали проект во франшизу, видим к ней определенный интерес. Конечно, это заслуга всей команды. Без хорошей пиццы, одной лишь росписью коробок успеха добиться невозможно. И тем не менее, эта идея привела к тому, что сегодня вы можете приехать в Хор и спросить любого на улице: «Где можно купить пиццу?». Уверен, что знаю — кого именно вам порекомендуют. 🍷





# МОЛОДО-ЗЕЛЕНО

... а также вкусно и полезно — как вырастить перспективный бизнес на микрозелени, кто и зачем покупает этот относительно новый продукт. Поговорили с экспертом — **Константином Малютиным, директором компании «Бета-Групп»**, занялся микрозеленью ещё в 2018 году.

Мы производим микрозелень под торговой маркой «Бионика». Хотели запустить бизнес в области производства продуктов питания, а **учитывая современный тренд на здоровое питание** — искали именно подобное направление. Собрали огромный объем информации по микрозелени, изучили зарубежный опыт такого бизнеса, нашли группы единомышленников в нашей стране — и поняли, что идея хороша. Конечно, ввели микрозелень и в собственное повседневное меню, начали выращивать для собственного потребления.

Микрозелень — просто ростки различных культур. В Россию микрозелень массово пришла лет 15 назад, на Запад гораздо раньше. Вообще, сама идея родилась во второй половине XX века. Космонавты на орбитальной станции проращивали семена для получения необходимых витаминов и микроэлементов в легкоусвояемой форме — их содержание в каждом крошечном ростке не уступает взрослому растению, **микрозелень буквально «концентрат пользы»**. Берут её в возрасте 10-14 дней с момента посадки, позже вкус изменится и ценность снизится. Поэтому производство идёт в постоянном режиме, а сама микрозелень продаётся в лотках — ещё 4-5 дней она продолжит расти даже при минимальном уходе.

Мы используем абсолютно чистые технологии производства — без химии, без добавок, подложка-субстрат из натуральных трав, фильтрованная артезианская вода, чистые европейские семена, специальный свет, особый микроклимат в помещении. На 100% органическая продукция.

Здесь **не годятся обычные теплично-гидропонные методы** с использованием питательных составов — из-за короткого срока жизни микрозелени они не успевают выводиться, что небезопасно. «Бионика» так не делает. За это ручаюсь не только я, но и имеющиеся у нас лабораторные исследования — советую спрашивать такие же у всех производителей. Официально сообщая, что наша микрозелень рекомендована детям.

Используем для выращивания и реализации лотки двух типоразмеров, закупаем фасовочные пакеты — различные для общепита и точек розничных продаж. Работаем с «Мир Упаковки». Комфортно, реакция на заявки быстрая, всё просто, без бюрократии. Выручает, кстати, доставка непосредственно до производственного помещения. Пожелания? Хотим новых предложений по упаковочным материалам, поддающимся переработке — в мире **тренд на натуральность и экологичность**, мы это разделяем. Но, конечно, нужно смотреть варианты. Цена решений не должна задевать конечного потребителя.

Сегодня мы поставляем микрозелень множеству компаний — половина производимой продукции уходит в ритейл, остальное забирают порядка 30 ресторанов и кафе Хабаровска. Постоянно в наличии 14 наименований товара, ещё 3-4 позиции производим на заказ. Рестораны используют микрозелень, чтобы создавать изысканные и неповторимые блюда — и визуально, и в плане вкуса; как по мне, **современный ресторан вообще невозможен без микрозелени**.

Что до полок супермаркетов... мы на них присутствуем, лояльные потребители есть. Спрос сдерживается только ценой. Чтобы вырастить один кочан капусты, нужно посеять 3-4 семечка. А на каждый лоток микрозелени уходит несколько десятков. Впрочем, мы постепенно развиваем рынок — увеличиваем объемы производства, чтобы снижать конечную стоимость. Строим новые площади, реконструируем имеющиеся, будем расширять ассортимент.

Замечу, что государство нас особо не поддерживает. За рубежом высокими темпами развивается сити-фермерство, высокотехнологичное производство сельскохозяйственных продуктов непосредственно в городах — в России же ни мер финансовой поддержки, ни соответствующей законодательной базы. Развиваемся вопреки. Тем не менее, будущее неумолимо наступает — и мы рады, что являемся его частью.

## Микросправка: немного о разных видах микрозелени

Один из лидеров ассортимента — **микрозелень гороха**. Красивые усики, особая хрустящая текстура, приятный и с детства любимый вкус свежего горошка. Из-за высокого содержания белка его часто выбирают вегетарианцы. Популярен подсолнечник; за пользу некоторые называют его «северным женьшенем».

Тоже превосходен на вкус — хрустящий, с характерным ароматом эфирных масел. Дети его обожают. **Брокколи** последнее время привлекает всё больше внимания ученых-биологов — отдельные исследователи утверждают, что этот «зеленый доктор» способен купировать онкологические заболевания. За это не поручусь, но высокая концентрация полезных веществ в её микрозелени — научный факт.

Королева красоты микрозелени, **краснокочанная капуста**. Небольшие росточки с красно-фиолетовым стеблем и гляцевые фиолетовые листики, почти неоновые, переливающиеся на свету. Великолепное украшение для ресторанных блюд.

**Клевер** сочетает приятный внешний вид, яркий вкус свежей зелени и признанную пользу — это мощный иммуностимулятор, работает с кровью и сосудами, оздоравливает кожу.

Мы предлагаем **пять видов редисов** — красный, розовый и фиолетовый, дайкон и редис «французский завтрак». У каждого свой уникальный вкус, но полезны они примерно одинаково — богаты витаминами, улучшают пищеварение, облегчают усвоение мяса и так далее.

В ассортименте «Бионики» есть и пищевые цветы — **настурция и виола**; их с глубокой древности используют для украшения блюд. Постоянным спросом пользуются наши **кресс-салат, фенхель, кервель, шнитт-лук, салат «техас»**. 🍷



### Микрозелень: дома и в офисе

1. Наполните пластиковую емкость субстратом на 2/3
2. Поместите семена согласно инструкции
3. Полейте чистой, но не дистиллированной водой
4. Поставьте в солнечное место или под фитолампу



Употреблять в пищу через 3-5 дней

# О ЧЁМ СЫР-БАР?



Интересный формат, впечатляющий опыт — чтобы продвигать культуру потребления сыра, сыровар Мария Федотова основала сырный бар Cheddar в Южно-Сахалинске.



Сделанный своими руками сыр появился в моей жизни на стыке «гастрономических санкций» 2014 года и проживания в селе Восток, Поронайского района. Это в нескольких сотнях км от столицы Сахалина — **чтобы на столе был вкусный сыр, приходилось его готовить.** Нашла рецепт в интернете, попробовала, сыр вдруг получился. Потерпела бы фиаско, на новые попытки время бы тратить не стала.

В то же время, дилетантство я не люблю. Когда поняла, что интернета недостаточно, что не хватает теории — пошло обучение. В России, Италии, Франции. Сыроварение ведь основано на глубоком знании технологии. И на постоянной практике, конечно — ежедневно после работы заезжала на ферму за молоком, до ночи применяла полученные знания на кухне. **Год спустя свободного времени не было совсем,** зато появились три дополнительных холодильника, уйма оборудования и сырные формы. Сыра стало так много, что с объёмами не справлялись ни семья, ни родственники, ни друзья.

Уверена, что в жизни нужно делать только то, что приносит позитив. Поэтому в августе 2017 официально стала предпринимателем, сосредоточилась на сыроварении. Серьёзно вложила в оборудование, права на ошибку уже не было. Первая сыроварня размещалась в крохотном, на 18 м<sup>2</sup> цехе. Для сравнения, **в 2022 году производство занимает 110 м<sup>2</sup> и за смену перерабатывает до полутона молока.** С понедельника



по четверг производим, в пятницу-субботу доставляем в Южно-Сахалинск, в воскресенье готовимся к понедельнику. Шутила тогда, что живу в машине между городами.

В 2018 году появился первый магазин и первый наёмный сотрудник, цех расширили и перенесли поближе к рынкам сбыта. Открыли вторую точку продаж, в супермаркете — и быстро поняли, что не наш формат. Мы про личное общение и про клиентов, которых знаешь в лицо и понимаешь их вкусы. На очередной стажировке во Франции **обратила внимание на сырные магазины, при которых был сырный бар.** Посетитель выпивает чашечку кофе с сырами в витрины, чтобы после забрать домой понравившиеся. В российских реалиях воплотили в виде сырного бара Cheddar — открытая кухня, кофе и витрина с продукцией. Меню компактное, все блюда с нашими сырами.

*Любой сыр можно «с собой». Молодые, не требующие особых условий хранения — пакуем в стандартные контейнеры. Для других используем специальную двуслойную перфорированную бумагу, позволяющую сыру дышать и не дающую при этом сохнуть. К слову, на Сахалине такой бумаги нет — если «Мир Упаковки» предложит, будет здорово. Некоторые наши продукты (йогурты, сыр фета, сметана и т.д.) идут в стеклянной таре, за возврат которой даём скидку.*

**Сегодня делаем -60 сортов сыра. Валансе, сентмор, капра вулканика, лангр, эпюас, реблошон... гости говорят, что названия звучат музыкой.** Есть выдержанные, с аффинажем от полутора лет. Молодые — страчателла, рикотта, особо любимая мной буррата. Козьи сыры. Сыры с голубой плесенью, эмменталь, грюйер и, конечно, чеддер. Думаю, подберем сыр под любой повод.

В Cheddar интересное меню. Запечённый камамбер, домашняя паста из итальянской муки и ризотто из правильного риса, «мешочки» амоньер со страчателлой и лососем, сырники на рикотте и так далее. Люди всё больше ценят натуральное, так что на ингредиентах не экономим. И тут хорошо работает вот какой момент — мы же, получается, можем снижать себестоимость блюд за счёт сыров, сметаны или масла собственного производства. Сохраняя при этом бескомпромиссное качество.

Качество сыра определяет молоко. На Сахалине есть отличные фермерские хозяйства, соблюдающие технологию дойки, поставляющие молоко с верным соотношением белка и жира, должным образом оснащённые. Но **при производстве сыра главное оборудование — голова сыровара.** Ты работаешь с фактическими свойствами молока, тонко настраиваешь техпроцесс под сырьё. Сыроваров-то у нас хватает. Другое дело, что не так просто с домашней кухни и продаж в личном Instagram шагнуть в официальное предпринимательство, выстроить завод, создать сеть продаж. Поверьте уж.

Сложности в моём бизнесе те же, что и у всех. Производственный цикл с выраженной сезонностью — зимой видов сыра делаем немного, летом закладываем на длительную выдержку. Кадровый голод — 60% рабочего времени уделяю «воспитанию» специалистов. Слышала стоны по поводу пандемии, но все знакомые бизнесмены в 2020 году выросли. Сырный бар Cheddar тогда и открылся, если что. Жалуются и на государство, но вновь не согласна — вижу вполне адекватную поддержку. Существует программа возмещения затрат на обучение. Для расширения производства воспользовалась льготным кредитованием, получали субсидии — и от Минсельхоза на технологическое оборудование, и в департаменте экономического развития Южно-Сахалинска. Бизнес на то и бизнес, чтобы извлекать выгоду из ситуаций. Достаточно иметь голову на плечах и искать возможности, а не просто ждать помощи с неба. ♥



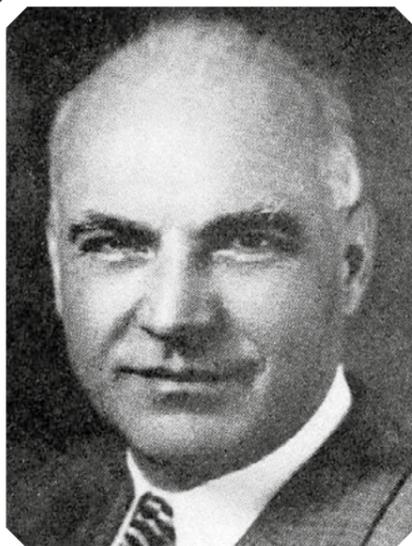
# УДИВИТЕЛЬНАЯ ИСТОРИЯ ДОКТОРА МОНТЕНЬЕ

Рассказываем, как удобная упаковка из пластика изменила отношение к личной гигиене у всего мира

Первые пластики — бакелит, целлулоид, целлофан и так далее — долго не находили применения в качестве упаковки; производство дорого, качество недостаточно, выгоды неочевидны. Можно вспомнить разве что инновационную флягу из этилцеллюлозы, входившую в стандартное снаряжение американского пехотинца времен Второй мировой — армейские чиновники сочли, что более низкий вес окупает высокую стоимость (тогда же в солдатских ранцах появилась защитная плёнка на сигаретных пачках и таблетки в термоформованных блистерах). Но и флягу ещё нельзя было назвать «упаковкой», скорее это была все же «посуда». Все изменили один человек и популярное телешоу... жертвой которого он в итоге пал.

## Доктор Жюль Монтень

Вы вряд ли слышали это имя, зато гарантированно знакомы с его главным изобретением. Кстати, нет — это не француз; Жюль родился в Чикаго в 1895 году. Учился на химика. Специализировался в косметологии. А в 1937 году — изобрел антиперспирант современного типа, формулу которого и запатентовал четырьмя годами позже. Когда Монтень (бывший на тот момент владельцем собственной косметической компании) начал производство революционного товара под мар-



кой Stopette — он столкнулся с двумя проблемами.

Во-первых, существовавшие тогда антиперспиранты (первый поступил в продажу ещё в 1903 году) наносились на фланелевые подушечки, которые полагалось закреплять подмышками. Когда средство высыхало, на ткани оставались небольшие кристаллики, ужасно раздражавшие кожу. Монтень придумал эффектный выход из ситуации, впервые применив для такого рода средств аэрозольный распылитель. И тут возникла вторая проблема.

Основной особенностью нового средства было использование хлорида алюминия в качестве активного ингредиента. Это делало невозможным применение распылителя типа «бутылочка

с грушей» — вещество приводит к коррозии металлов, так что необходимые для работы пульверизатора трубочки было просто не из чего сделать. Тогда Монтень разработал ещё одно уникальное решение — он решил сделать мягкую бутылочку, которую можно было сжать в руке и распылить спрей прямо из специальной крышки. Тут без пластика было уже не обойтись.

## Упорство вознаграждается

Экспериментируя с разными их видами, доктор обнаружил, что злополучный хлорид алюминия разъедает не только металлы, но и буквально все виды подходящих ему пластмасс. К счастью, в 1944 году он наткнулся на полиэтилен. Впервые синтезированный (случайно) ещё в 1898 году, он начал производиться в промышленных масштабах лишь в 1939 — как изолятор для конструкций первых морских радиолокаторов. Когда война закончилась, материалу начали искать и коммерческое применение. Например, фирма Plax (в которую в итоге обратился Жюль Монтень) занималась производством выдувных елочных игрушек из ПНД (полиэтилена низкого давления) — и вот почему бутылочки Stopette стали заодно и первыми «выдувными» (сейчас так делают практически все пластиковые бутылки). Доктор

запатентовал свою бутылочку, включая использованные материалы и особенности конструкции. Предстояло решить ещё немало вопросов. Например, до 1948 года не существовало ни способа приклеить к полиэтилену этикетку, ни выдерживающих деформации бутылки красок — к Stopette прикрепляли золотистую бирку с необходимой информацией. Со временем обнаружилось, что полиэтилен трескается при многократном сжатии — пришлось заменить ПНД на ПВД (полиэтилен высокого давления). Выяснилось, что многие парфюмерные отдушки с легкостью проникают через полиэтилен — начали тщательно отбирать не способные на такое ароматы. Способность доктора выходить из сложных ситуаций действительно поражала.

## Реклама: блеск и крах Stopette

Удивительно, но рекламная кампания Stopette — акцент в которой делался на доступную, удобную и комфортную в использовании пластиковую упаковку — сумела изменить отношение к личной гигиене у целой нации.

Первая реклама нового дезодоранта-антиперспиранта появилась в национальных изданиях — The New Yorker, Vogue, Cosmopolitan.

*Просто сожмите бутылку... она распыляется! Нежный, тонкий дезодорант и антиперспирант распыляется прямо из пластикового флакона. Просто быстро сожмите его — и STOPETTE обеспечит надежную и длительную защиту! Пластиковая бутылка не разобьется и не протечет. Безвреден для кожи и одежды.*

*Реклама Stopette, The New Yorker, 1948 г.*

Затем стартовала кампания на телевидении, ставшая звездным часом марки... но и самым нелепым образом обусловившая её провал. Дело было так. В 1950 году канал CBS запустил телевикторину «What's my line?» (что-то вроде «Чем я занимаюсь?») — четыре участника с завязанными глазами должны угадать род занятий приглашенной знаменитости, задавая вопросы и получая только «да» или «нет» в ответ. Начиная с четвертого выпуска, Stopette стал постоянным спонсором непрерывно набравшего популярность шоу. Именно «What's my line?» изменило отношение широкой публики к дезодорантам. Только представьте, что в 1942 году дезодоранты ещё покупают исключительно женщины — а всего 12 годами позже более половины всех мужчин уже



используют их ежедневно. За это время объем рынка вырос в 600 раз, оборот на нем достиг 70 млн \$ (более 700 млн \$ в пересчете на современные деньги). При этом журнал Time назвал Stopette «самым продаваемым дезодорантом 1950-х».

Успех был столь значителен, что Жюль Монтень твердо поверил — что бы ни случилось, он должен удерживать статус спонсора «What's my line?». Это стало настоящей манией. Практически все конкуренты подхватили идею с пластиковыми пульверизаторами, а ведь появлялись и новые игроки, гиганты типа Gillette. Стремительно входили в моду первые роликовые дезодоранты. Заканчивалось действие ключевых патентов. Падал объем продаж. А Монтень ничем не интересовался, продолжая платить и платить одному лишь телешоу, уже занимавшему первые места в рейтингах. Суммы становились астрономическими. И однажды деньги просто закончились. Жюль Монтень был вынужден продать свою компанию, все бренды и оставшиеся патенты в апреле 1956 года. За пару месяцев до этого он в первый и единственный раз появился в телешоу в качестве гостя. Игрокам не удалось угадать, что они задают вопросы «спонсору программы в течении последних шести лет».

# ПАКЕТ ВСЕХ ПАКЕТОВ

Бумажные пакеты стали первой разовой упаковкой, изобретённой человечеством. Да, были трава и листья — в конце концов, в странах Азии в них до сих пор фасуют стрит-фуд. Но именно бумагу считают материалом, который впервые начали производить специально для «упаковочных» целей.

## Начало

Всё придумали, конечно, в Китае. Когда? Ну, в датировке есть странности. Вроде бы известно, что евнуха по имени Цай Лунь щедро наградили за изобретение бумаги в 105 году н.э. — но грубая обёрточная бумага была найдена в гробнице императора У Ди из династии Хань, который правил ещё за 200 лет до того. Так или иначе, но сначала бумага служила подарочной упаковкой, знаком особенного уважения. Для повседневных покупок (например, для чая) китайцы начали использовать её только в VI веке. В Европу бумага пришла значительно позже — хотя в 1298 году уже была развёрнута большая фабрика в итальянском Фабриано, материал оставался дорогим. Только в 1490 году, когда в Англии запустили сразу ряд бумажных производств и стоимость бумаги резко упала, появляются свидетельства о таком её применении в отдельных лавках.

*Примерно тогда же во Франции изобрели подарочные пакеты — их вручную склеивали в женских монастырях, расписывали изящными миниатюрами и продавали клиентам «из благородных».*

## Конец эпохи ручного производства

В 1851 году американец Фрэнсис Волле изобрел «машину для изготовления мешков из бумаги», на которой можно было делать до 1800 пакетов в час.

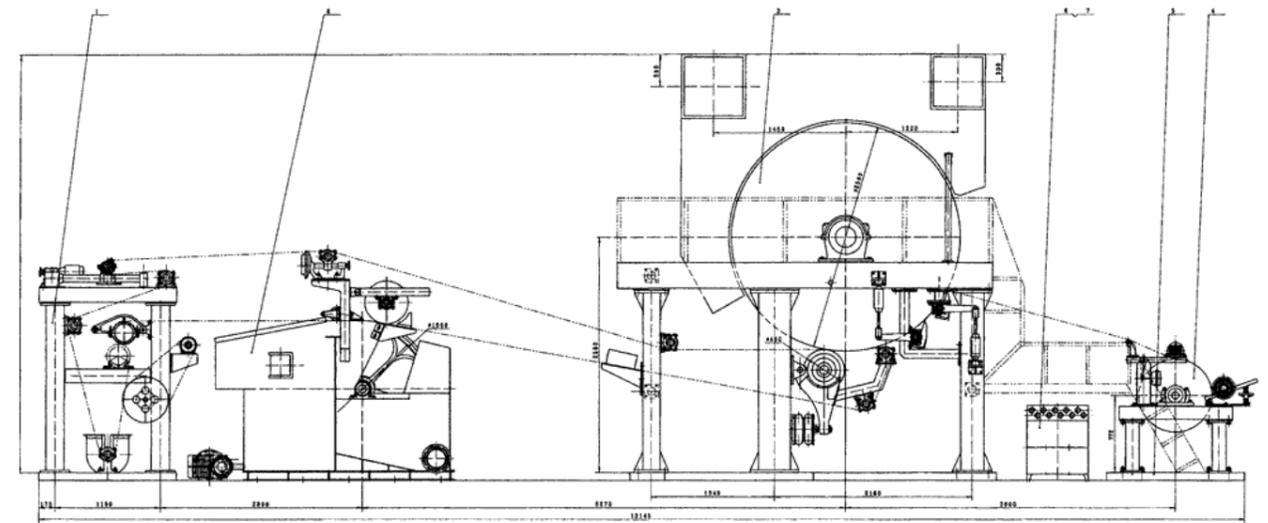
*Фрэнсис Волле был интересным человеком — не только изобретателем, но священником,*

*педиатром и одним из первых известных детских психологов в мире. Вместе с братом он основал компанию Union Paper Bag, существовавшую до 1999 года.*

Сумки Волле складывались в виде конвертов — их нельзя было поставить вертикально, а для громоздких предметов они просто не подходили. Уже в 1853 году англичанин Джеймс Болдуин запатентовал полуавтоматический станок для производства пакетов с плоским дном; впрочем, из-за сложности и капризности конструкции распространения изобретение не получило. Настоящий прорыв произошел только в 1871 году, когда за дело взялась Маргарет М. Найт, известная также как «леди Эдисон».

## Известнейшая изобретательница XIX века

Родившаяся в 1838 году Маргарет Найт — культовая личность своего времени. С самого детства она предпочитала возиться с плотницкими инструментами вместо кукол, её воздушные змеи и санки собственного изготовления были предметом зависти мальчишек всего города. Из-за смерти отца её семья обеднела, сама Маргарет не смогла получить образование и с 12 лет была вынуждена работать на «потогонных» ткацких фабриках Нью-Гэмпшира. Жуткие условия труда приводили к постоянным травмам работников. В 14 лет Маргарет увидела, как рабочего ранило вылетевшей из станка деталью — и через пару недель сконструировала защитное устройство, вскоре признанное всей отраслью. В возрасте 30 лет она устроилась на работу



в Columbia Paper Bag Company и сразу заинтересовалась процессом производства бумажных пакетов. Работая ночами, в том же году она разработала машину, позволяющую одновременно разрезать, складывать и склеивать бумагу для производства бумажных пакетов с плоским дном — практически идентичным современным.

При поддержке начальства, Маргарет построила действующий деревянный прототип и разместила его в одном из магазинов Бостона для тестирования и доработки. Были произведены тысячи пакетов, машина показала себя превосходно и Найт заказала изготовление полноценного станка в одном из механических цехов.

*Это едва не привело к утрате прав на изобретение — некий Чарльз Ф. Аннан посетил цех, тщательно изучил конструкцию и запатентовал её первым. Когда же Маргарет Найт подала в суд, Аннан заявил, что женщина «не могла понять механические сложности машины» и разработать такой станок. К счастью, Найт сумела отстоять свой патент — в её распоряжении были многочисленные свидетельства, включая рисунки, чертежи и модели.*

В 1871 году Маргарет Найт стала первой женщиной-изобретательницей, в патенте которой было указано не вымышленное мужское, а женское имя. За свое изобретение она в том же году была удостоена награды от английской королевы Виктории. Маргарет занималась изобретательством вплоть до самой своей смерти в 1914 году. Среди других её изо-

бретений — ранний прототип поворотно-откидной оконной створки и штамп-автонумератор, практически в неизменном виде использующийся и по сей день.

## На пути к современному виду

В последующие годы бумажный пакет лишь слегка дорабатывался. Работая на основе патента Найт, Чарльз Стилуэлл (США) предложил в 1883 году способ производства «самораскрывающихся», заранее согнутых по бокам пакетов. Именно их мы используем сегодня.

В 1912 году бакалейщик Уолтер Дойбенер (США) решил сделать бумажные пакеты более удобными для переноски — чтобы покупатели его лавки могли брать больше покупок зараз. Он долго экспериментировал и, по его собственным словам, однажды проснулся с готовой идеей — сделать веревочные ручки. Сумки выдерживали много больший вес и прекрасно продавались, в 1927 году Уолтер запатентовал свое изобретение.

*Кстати, Лидия Дойбенер придумала наносить на сумки рисунки — сначала просто вырезая и наклеивая картинки из журналов, а затем заказывая такое нанесение в типографии.*

Такие «шопперы» оказались столь востребованы, что Дойбенеры продали лавку и сконцентрировались на их производстве. К 1915 году «хозяйственные сумки Deubener» продавались ежегодным тиражом более миллиона штук. 🍷



# СОЛОМИНКИ МАРВИНА СТОУНА И ДЖОЗЕФА ФРИДМАНА

Родом из древнейших времён, но переизобретённые в XIX-XX веках — сегодня бумажные трубочки триумфально возвращаются в нашу жизнь, вытесняя пластиковые аналоги. Рассказываем о людях, придумавших все трубочки мира... тот редкий случай, когда история изобретения самой обычной вещи известна в подробностях.

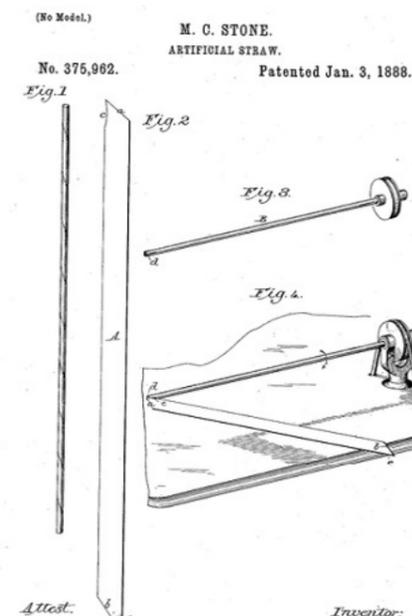
Окей, окей. Мы немного преувеличиваем. Конечно же, трубочки для питья известны с древнейших времен. В середине XX века в северном Иране обнаружили древнейшую глиняную бутылку (кстати, прочтите наш материал о пластиковых бутылках — прим.ред.) — около 7000 лет назад шумеры усаживались вокруг неё и уютно потягивали пиво через специальные трубочки.

Недавно российские ученые изучили коллекцию трубочек из Майкопского кургана в Адыгее — их нашли ещё в 1897 году, все эти годы они хранились в Эрмитаже. Это эффектные вещи. Выполнены из золота и серебра, украшены фигурками быков, метр с лишним в длину, сантиметр в диаметре, с металлической сеткой на конце — собственно, именно сетка и подсказала их истинное назначение. В ней обнаружился осадок растительного происхождения, с гранулами ячменного крахмала, остатками злаков и пыльцы липы. Вероятно, такие трубочки также использовали для употребления пива во время погребальных обрядов. Пиво в то время предполагало наличие твердого осадка, фильтровать который и были призваны сетки — примерно так же устроена современная южноамериканская бомбия, трубочка для питья чая матэ.

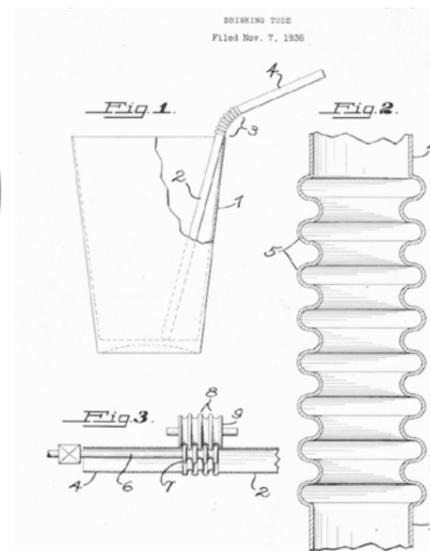
## Недовольство Марвина Стоуна

В куда более близкие к нам 1800-е годы было принято использовать солому так называемой «ржаной травы». Это было дешево и удобно — но соломинки придавали любому напитку легкий травянистый привкус и довольно быстро размокали. Оба недостатка совершенно не устраивали Марвина Честера Стоуна.

Жарким летом 1887 года этот замечательный джентльмен (ветеран Гражданской войны, отслуживший в покрытом славой 7-ом добровольческом пехотном полку Огайо) потягивал освежающий мятный джулеп, сидя на крыльце своего дома на 9-й улице в Вашингтоне, округ Колумбия. Марвин работал корреспондентом одной из столичных газет, а также развивал свой бизнес — производство бумажных мундштуков для сигарет на машине собственного изобретения. К сожалению для Марвина (и к счастью для прочего человечества), его соломинка превратилась в кашу и буквально отравила его напиток неприятным вкусом. Мистер Стоун взял карандаш и намотал на него тонкую бумажную ленту. Получившуюся трубочку он промазал клеем — и вуаля, получилась первая в мире одноразовая бумажная соломинка для питья.



INVENTOR,  
JOSEPH BERNARD FRIEDMAN,  
BY  
Lippincott & Metcalf  
ATTORNEYS.



Некоторое время он усовершенствовал изобретение. В частности, приспособил для производства уже имевшийся у него «мундштучный станок» — специальная «манильская» бумага автоматически сматывалась в трубку, склеивалась и промазывалась парафином, чтобы обеспечить повышенную влагостойкость. Патент Марвин получил в 1888 году, а уже в 1890 его фабрика производила больше соломинок, чем мундштуков. Вплоть до 1950-х бумажные трубочки Стоуна были золотым стандартом индустрии.

## Дочь Джозефа Фридмана

В 1935 году Джозеф Фридман — риелтор и изобретатель, к примеру, усовершенствованной авто ручки — сидел в кафе своего брата под названием Varsity Sweet Shop, в Сан-Франциско. Его дочь Джудит пыталась пить молочный коктейль, но бумажная трубочка была слишком длинной для ребёнка и стакан приходилось держать на коленях. Этот несколько расстроило мистера Фридмана.

Он взял несколько бумажных соломинок домой и несколько дней возился с ними, пытаясь придумать способ сделать их удобнее. Во время одной из попыток, Джозеф взял трубочку, вставил в неё обычный винт и с помощью зубной нити продавил бумагу в резьбу — создав таким образом гофрированную и легко сгибающуюся соломинку.

28 сентября 1937 года новая трубочка была запатентована, хотя Фридману и пришлось доказывать Патентному бюро новизну и ценность изобретения.

«Взгляните в жаркий день на любой фонтанчик с газировкой — на эти бесчисленные обмякшие, сломанные соломинки, что свисают по краям. Это давняя проблема. Ни один изобретатель за эти годы не счёл нужным или не смог её решить — а заявитель сделал это. Сама по себе эта ситуация является доказательством изобретения». Из судебного иска Джозефа Фридмана к Патентному бюро США по поводу отказа в признании факта изобретения, 1936 год.

Получив патент, Джозеф попытался продать права на свою идею... но никто не был заинтересован. Тогда он решил делать свои трубочки сам и приступил к конструированию станка. Планы прервала Вторая мировая война, но уже в 1947 году Фридман сумел запустить производство. Первые гибкие соломинки ушли в больницы — до сих пор лежащие больные пользовались хрупкими стеклянными трубочками, которые приходилось стерилизовать; гофрированные бумажные стали отличным выходом. Бетти, жена Джозефа, оказалась гением предпринимательства — под её фактическим руководством, компания Flex-Straw быстро превратилась в международный бизнес с многомиллионным оборотом. 🍷



### SICK ROOMS

Eliminates danger of breakage when used by children, epileptics, etc.



### HOSPITALS

Accommodates to any position — no other drinking tube has this feature.



# ПО РУКАМ: РАБОЧИЕ ПЕРЧАТКИ

*В преддверии весны и дачного сезона мы решили поговорить о рабочих перчатках — какие бывают, для чего предназначены, как выбирать.*

*Рассказывают специалисты компании «Мир Упаковки», категорийный менеджер Игорь Зимихин и начальник отдела закупок Татьяна Толстоногова.*



На самом деле, перчатки востребованы круглый год — но наибольший всплеск спроса даёт летний дачный сезон, а также массовые субботники апреля и октября. В основном перчатки покупают частные лица — штучные продажи в совокупности сильно обгоняют даже снабженцев вахтовых посёлков, крупнейших наших корпоративных клиентов по данной группе товаров. Кстати, **перчатки можно брендировать**. Обращайтесь.

Рабочие хлопчатобумажные перчатки — **продукт, на котором пандемия почти не сказалась**. Если виниловые и нитриловые перчатки пережили период ажиотажного спроса, то рабочие — коронавирус как бы не заметили. Правда, оказались разрушены устоявшиеся мировые торговые цепочки — и вот это уже влиятельный фактор. Потому что даже х/б перчатки из Иваново используют, в том числе, пряжу из Китая. Виниловые же и нитриловые перчатки в России не делают вообще, их импортируют из Китая, Малайзии и других стран. Поэтому цены продолжают расти.

## Хлопчатобумажные

Мелочь, но мелочь незаменимая для массы работ, от общестроительных до погрузочных. Ключевая для них характеристика — плотность. Слышали фразу «перчатки в пять ниток»? Вот, это как раз о плотности, о количестве нитей в вязке. Три — самые тонкие, расходный материал, эконом-класс; семь — самые прочные и плотные изделия. Не считая, конечно, зимних вариантов — эти делаются

в два слоя, внутри у них полушерстяной материал. Всем знакомые «точечки» (а также ромбики, ёлочки и другие рисунки протекторов) наносятся на перчатки для лучшего сцепления со скользкими материалами вроде стекла и металла. Есть ещё перчатки «с обливом», они и сцепление улучшают, и добавляют определённую защиту от микропорезов, микропорезов и воздействия жидкостей.

## Латексные

Популярное решение среди женщин. Просто потому, что уделяют гораздо больше внимания рукам. Стараются по максимуму их защитить, оградить от грязи, пыли и влаги. Изначально латексные перчатки вообще предназначались для медицины. Есть мнение, что их широкое использование на дачах — наследие СССР, когда такие перчатки просто тянули с работы. И привыкли. Руки защищает, кожа рук теми же помидорами или ягодой не красится. Хотя не очень удобно — к руке прилегает неплотно, для тонкой работы есть более комфортные решения. Сегодня, когда есть выбор, многие предпочитают обычные хозяйственные перчатки с напылением внутри — руки потеют меньше, лучше чувствуешь свои действия. А, и нужно понимать, что латекс может вызывать аллергию.

## Полиэстеровые

Промежуточный вариант между х/б и латексом. Гипоаллергенные. Синтетика, да — но сделаны из нитей, то есть рука в них дышит. Очень прочные и долговечные, плюс можно их мыть и стирать. Есть обычные, без покрытия. Тоненькие, плотно прилегают к руке, обычно белые — напоминают чем-то перчатки официантов (поставляли такие в магазины в качестве симпатичной замены обычных одноразовых перчаток). Не перепутайте только

с нейлоновыми, которые очень похожи, но куда менее выносливы и разрушаются на солнечном свете.

## Полиэстеровые с покрытиями

Нитриловым или латексным. В зависимости от плотности, они могут использоваться для широкого спектра задач — от работ в саду до автомастерских. Стойки к износу и проколам, опять же обеспечивают хорошее сцепление. Полиэстер — самое дорогое решение из всех. Но... окупается. Купил себе три пары полиэстеровых перчаток со вспененным покрытием. Обычно берут такие для зимы, работы в холодных складах, цехах и так далее. Мне понадобились для стройки, взял с запасом. Так вот, всю зиму использовал только одну пару — и ничего не случилось с ней, только запачкались. Очень комфортные, тёплые, ничего не скользит в руках. И попросту неубиваемые.

Главное, что нужно знать о рабочих перчатках — их выбор принципиально не отличается от выбора любого другого рабочего инструмента. Как-то пришёл клиент с претензией: «Ваши перчатки не подходят, не можем с рыбой в них работать». А они брали х/б перчатки и поверх них надевали нитриловые. Конечно, это неудобно. Существуют специальные рыбные многоразовые перчатки — из латекса, внутри специальное утепляющее покрытие. **Перчатки подбирают под задачу**. Где-то с большим нарукавником, чтобы в чанах с водой руками работать. Где-то с резиновой крошкой, чтобы рыба из них не выскальзывала. Длинные, короткие, тёплые — какие угодно. 🍷



