

«В БИЗНЕСЕ РЕПУТАЦИЯ СТОИТ ДОРОЖЕ ДЕНЕГ»

ИНТЕРВЬЮ С ЕЛЕНОЙ БЕРДИНСКОЙ

ДОСЬЕ



Елена БЕРДИНСКАЯ – генеральный директор международного холдинга FloSal (Украина).

Сама себя Елена Иосифовна характеризует как путника, идущего своей дорогой. Считает, что самое важное в жизни – научиться слышать себя, свою интуицию. Убедена, что самые большие ошибки допускала тогда, когда заглушала свой внутренний голос.

ЖИЗНЕННОЕ КРЕДО

Путь у каждого свой, нужно не сбиваться на чужие дороги, не уходить в сторону, когда говорят: «Ты не туда идешь», и не оглядываться, когда бьют в спину. Идти по своей дороге – это и есть жизнь.

LNE: Елена Иосифовна, чуть более двух лет назад, в преддверии пятнадцатилетнего юбилея холдинга FloSal, у нас с вами уже выходило интервью на страницах «Нувеля» («Les Nouvelles Esthétiques Украина», № 5 (105)/2017, стр. 22). Скоро у FloSal день рождения (в ноябре 2019 года компании исполняется 17 лет. – Прим. ред.), и вот вы снова в гостях у нашей редакции. Можно сказать, сложилась приятная традиция. Но в этот раз основная тема нашего разговора не торжество в честь дня рождения, а ваш новый проект StopFake. Расскажите, пожалуйста, о нем.

Е. Б.: Фейки в косметологии и эстетической медицине – боль не только моя и моей компании. Это боль всего рынка. Но, как и во многих случаях, мы выступили с такой инициативой первыми. Очевидно, у меня такая карма. (Смеется.) Я очень надеялась, что кто-то, кроме меня, возьмется за этот вопрос, но, к сожалению, не дождалась.

Мы запустили YouTube-проект StopFake совсем недавно, в октябре (2019 года. – Прим. ред.). Но по факту это результат долгой истории, начавшейся для нас еще четыре года назад. В 2016-м мы делали PR-кампанию по популяризации препарата Aquashine среди клиентов врачей-косметологов. На тот момент мы стали первой дистрибьюторской компанией, которая начала в глянце разговаривать

с потребителями об инъекциях. До этого гляцевые журналы не баловали своих читателей освещением темы «инъекционная косметология», поэтому это вызвало большой интерес. Мы создали отличный проект, в котором участвовали наши врачи, мы получили хороший всплеск интереса к препарату, рост продаж, и все это было положительной стороной нашей PR-кампании. Но, как у любой медали, была и обратная сторона: негативным последствием этого проекта стал огромный рост количества контрабандных препаратов, завезенных в Украину «в чемоданах». Такая проблема была и раньше, но в гораздо меньших объемах, и это не сильно влияло на рынок. Но тогда это приняло ужасающие масштабы.

Вначале у нас была иллюзия, что это проблема только украинского рынка. Но на очередной ежегодной встрече официальных дистрибьюторов южнокорейского концерна Caregen все дистрибьюторы отмечали, что это общая боль, независимо от страны, везде происходит одно и то же. Это вынудило производителя провести контрольную закупку, в ходе которой выяснилось, что речь идет даже не о контрабанде, а о подделке, фальсификате.

LNE: То есть эта история быстро вышла на глобальный уровень?

Е. Б.: Ну а как иначе! По-другому и быть не могло, так как мы поняли, что



за этим стоят не мелкие дельцы. Начну с того, что нас поразил уже сам уровень подделки: между упаковкой поддельного препарата и оригинальной продукции были обнаружены минимальные (!) различия. После контрольной закупки производитель провел анализ фэйковых препаратов, и выяснилось, например, что в шприце – самая обыкновенная гиалуроновая кислота, причем не самого хорошего качества, и никаких пептидов, никаких активных веществ там нет и в помине. Так что люди, которые делали инъекции этим препаратом, возможно, и получали какой-то результат (ведь ГК хороша сама по себе), но точно не тот, который обещает Caregen, а зачастую это еще и приводило к осложнениям! Но самое грустное, что они покупали фальсификат по цене Aquashine. Представьте себе, какая рентабельность была у этих деятелей! В конце концов я решила, что пора об этом начать говорить вслух, это все, что мы можем сейчас сделать.

LNE: Елена Иосифовна, ну давайте говорить честно: если мы имеем подделки такого уровня, это явно не кустарное производство, а поставленный бизнес...

Е.Б.: Понимаете, какая интересная штука: это проблема мирового масштаба, которая касается не только инъекций. Подделываются все бренды. Как

в анекдоте: в Америке что-то придумали, а пока собирали совещание, чтобы обсудить проект, в Китае уже это выпустили. Существование этой проблемы говорит только о том, что инъекции становятся таким же востребованным продуктом, как одежда, обувь и прочее. Можно судиться, можно выставлять иски – для этого есть правовые механизмы. Но эта сфера деятельности не производителя и не дистрибьютора. Мы не сыщики, не следователи. Да, какие-то действия концерн Caregen предпринимать будет, потому что это бьет, прежде всего, по его репутации,



по объемам производства. При этом мы понимаем, что проблема эта не только наша, и хотелось бы с этим бороться сообща.

LNE: Насчет «сообща»... На S Congress'е вы призвали все присутствующие компании (а их там было более тридцати) присоединиться к вам с этой инициативой. Есть ли какой-то отклик?

Е.Б.: Многие говорят, какие мы молодцы, но встать плечом к плечу – такого желания не было. Возможно, с развитием проекта StopFake и после этого интервью что-то изменится, посмотрим... Я первый шаг сделала. Пойдут навстречу – хорошо, нет – дорогу осилит идущий. Я думаю, сейчас все наблюдают, как это будет, к чему приведет. Но, если честно, я особо и не рассчитывала, что сразу будет много желающих присоединиться к нашей инициативе. Не все исповедуют мою философию, что на рынке нужно дружить. У нас рынок очень далек от насыщения. И, кто бы из нас что ни делал, если он это делает корректно и правильно, он только способствует тому, что популярность инъекционной косметологии будет расти. Места под солнцем хватит всем. Я против тех, кто продает откровенную халтуру. Но среди моих коллег-партнеров таких нет.

LNE: Как вы оцениваете рынок фальсификата в Украине?

Е. Б.: Не знаю. Честно. У меня нет объективных методов оценки. Самое грустное то, что, если бы не было спроса, не было бы и предложения. Покупатели думают, что они приобретают нелегально завезенный препарат, поэтому он дешевле. А суть нашей кампании сводится к тому, чтобы объяснить, что это не контрабанда, это фальсификат. Одно дело – купить поддельную сумку, или очки, или туфли, как сейчас модно говорить, реплику. (Смеется.) Другое дело – вколоть эту «реплику».

LNE: А помогает ли государство как-то в регулировании этих процессов?

Е. Б.: В 2017 году в Украине коренным образом поменялся порядок сертификации инъекционных средств. Он очень усложнился и стал более дорогим. На сегодня украинское законодательство приведено в соответствие с европейским. Теперь стал сертифицироваться не только сам препарат, но и его производитель. И не один раз, как раньше, а каждый год аудиторы должны выезжать на производство. Хорошо, если это Европа. А если это Корея, как в нашем случае? Отсюда и получается, что одни не могут пройти сертификацию, потому что не подтвердился производитель, а другие не хотят ее проходить, потому что очень дорого. И это тоже приводит к тому, что на рынке появляются непроверенные, несертифицированные препараты.

LNE: В любом случае StopFake – это проект. У проекта есть начало и есть завершение. Где вы видите завершение своего проекта? В чем ваша миссия? Пока не победите последнего фальсификатора, не успокоитесь?

Е. Б.: У меня нет иллюзий. Контрабанда и фальсификат непобедимы. Наша задача заключается в том, чтобы проинформировать как можно большее число людей о том, что происходит на рынке. Та часть косметологов, которая вдумчива, осторожна, но которая покупает у неофициальных дистрибьюторов, желая



экономить, и искренне верит в то, что это тот же препарат, услышит наши доводы и вернется к проверенным поставщикам. Та часть, которая, выражусь помягче, менее ответственно подходит к выбору препарата, продолжит кормить этих мошенников. Я не Дон Кихот и с ветряными мельницами не борюсь.

Что касается продолжения проекта, мы не ставим себе каких-то определенных планов, сроков. Все будет зависеть от того, как он будет развиваться. Ведь наш проект не только о фальсификации. Жизнь вносит свои коррективы, темы вырастают из жизни, и в этом я вижу смысл продолжения проекта.

LNE: Смоделируем ситуацию: мы с вами встречаемся через год. Проект прекрасно развивается. Что для вас на то время будет считаться маркером его успешности?

Е. Б.: Хороший вопрос. Если у наших косметологов в Украине появится понимание, что нельзя верить всему, что продается в интернете, это будет для меня мериллом успеха. Если я достучусь до конкретных людей, это и будет маркер. Я же знаю, кто от меня «отвалился». Когда косметолог, который длительное время работал на моих препаратах, потом вдруг резко прекращает закупки, я понимаю, в чем дело.

LNE: Возвращаясь к солидарной ответственности врача и пациента, вы будете информировать о фальсификате каким-то образом доносить до пациентов? Ваши видео, ваш блог, ваши статьи будут рассчитаны на пациентов?

Е. Б.: Да! Мы обязательно должны обращаться и к пациенту! Косметологи жалуются, что клиенты к ним приходят и выражают претензии, почему, мол, так дорого, если через дорогу могут уколоть за пару сотен. Так что мы хотим говорить о том, из чего складывается эта цена, почему она именно такая, что она в себя включает. Ведь цена услуги – это не только цена препарата, но еще и цена его сертификации, обучения косметолога и т. д.

Я вижу, что многие косметологи делают перепосты наших публикаций, чтобы эту информацию увидели их пациенты. Во время съемок мы по умолчанию исходим из того, что видео будет видеть конечный потребитель.

LNE: Поддерживают ли ваше начинание дистрибьюторы других стран?

Е. Б.: Еще не все в курсе, пока мы хотим посмотреть, как проект «зайдет» в нашей стране. Но дистрибьюторы из других стран вообще очень активно пользуются нашим контентом. И если все

будет хорошо, то мы сделаем на будущей встрече дистрибьюторов презентацию проекта. Надо, чтобы он чуть-чуть подрос. И с удовольствием поделимся, мы ничего не скрываем. Надо сказать, у нас особый статус среди дистрибьюторов Caregen (более сорока стран), чему мы несказанно рады: мы разрабатываем протоколы, делимся промоматериалами, проводим клинические исследования, наши спикеры участвуют в конгрессах мирового масштаба... Я очень этим горжусь!

LNE: *Одна из причин, почему фальсификат так широко и явно распространяется, – это несертифицированные интернет-магазины. Как вы относитесь к такой интернет-торговле?*

Е.Б.: Интернет – это инструмент. И, как любой инструмент, его можно использовать во благо и во зло. Одно дело, когда компания продает свою продукцию в интернете, это авторизированный сервис. Другое – когда ты идешь на OLX, покупаешь айфон в два раза дешевле и думаешь, что он оригинальный. На сегодня не существует официальной независимой интернет-площадки, которая бы работала с официальными импортерами, которая была бы каким-то образом авторизирована, от официального

производителя. То есть, если у тебя есть контракт с производителем и у тебя есть дистрибуция в Украине этих препаратов, ты продаешь через свой сервис. Все остальное продается неофициально.

Допустим, ко мне придут из интернет-магазина и скажут: «Мы хотим торговать Aquashine». Предположим, что я соглашусь. Что из этого выйдет? А то, что они купят у меня пять оригинальных шприцев, а на стороне закупят еще сто пятьдесят шприцев фальсификата. И проконтролировать это я не смогу, никто ведь не откроет мне свои продажи. Поэтому вопрос нужно ставить по-другому: видим ли мы в своем бизнесе e-commerce, интернет-торговлю? Да, видим. Может ли это быть сотрудничество с независимыми площадками? Да, может. Но пока они не созданы. Мне нужно быть уверенной, что на этой площадке будут продаваться только честные препараты. А у меня нет такой уверенности.

LNE: *Елена Иосифовна, в этом году компании FloSal исполняется семнадцать лет. Как бы вы резюмировали опыт этих лет и ваши планы на будущее?*

Е.Б.: На самом деле последние полгода есть ощущение, что все настолько

закрутилось. Жизнь такая сейчас стремительная, быть в этом потоке – очень важно. Мир меняется, и скорость изменений такая высокая, что даже не дает проработать как следует все эти проекты. С другой стороны, нет готовых решений. Сейчас все новое. Нужно пробовать, набивать шишки. Для этого нужно иметь смелость, иметь ресурсы – и душевные, и материальные, и человеческие. И идти по этому пути. Сейчас время новаторов. Те, кто не боится делать новое, они и прокладывают новые пути.

Я часто говорю, что в бизнесе дороже денег репутация. Я много раз теряла людей, много раз отрывала голову курицам, несущим золотые яйца, если они работали нечестно, непорядочно и угрожали репутационными потерями компании. И ни разу об этом не пожалела! Репутация – самое ценное, у вас она есть, вам верят, потому поддерживают. В любом бизнесе лучше потерять деньги, но сохранить репутацию.

Хочу добавить, что время сейчас совершенно революционное, бесконечные мировоззренческие сломы, цивилизационные сломы. Только спустя годы, оглянувшись назад, молодое поколение сможет осознать, насколько время эпохально значимое. Я это как-то ощущаю кожей. Вот такое резюме... ■

