

С ЛЮБИМЫМ НЕ РАССТАЛИСЬ

Максим ЧИЖИКОВ

Павильон «Беларусь» на ВДНХ после реконструкции стал моднее и современнее.

Когда в середине июня на совещании у Александра Лукашенко громыхнуло и президент потребовал перестроить работу павильона Республики Беларусь на ВДНХ, я, признаюсь, немного заволновался. Я же в него периодически заглядывал не любопытства ради: дома и в гардеробе, и на кухне есть товары с пометкой «Сделано в Беларуси». Что там теперь будет? Президент потребовал: пусть это будут не просто магазины, а выставка достижений отечественной промышленности, а также площадка для налаживания торговых связей, проведения выставок и форумов. Ну, на это я был согласен.

«РАЗДЕВАЙСЯ И РАБОТАЙ»

Спустя всего два месяца обновленный павильон открылся для посетителей. Похоже, лозунгом стремительной перестройки стала фраза Бат'ки «Раздевайся и работай», растиражированная мерчем «Первый». Захожу вовнутрь (снаружи-то все без изменений, историческая красота на месте) и не узнаю привычных интерьеров. Это же не павильон, а модница какая-то вся в обновках. До модернизации многие магазины стояли особняком, каждый сам по себе, что ли. Кто в лес, кто по дрова, как на рынке. А теперь все сделано в едином стиле. И стало заметно просторнее и светлее.

- Была выстроена концепция единого бренда. Когда человек заходит и, проходя по периметру, может ощутить всю номенклатуру белорусских товаров, - говорит Чрез-

вычайный и Полномочный посол Республики Беларусь в России Дмитрий Крутой.

Однако важны не только внешние изменения, но и то,



В Синеокой не забывают о традициях и в то же время следуют модным трендам.

что здесь будет представлено. А это торговые марки, уже хорошо знакомые россиянам: одежда из натуральных тканей, льна например, косметика, продукты питания, школьные товары - все с белорусским знаком качества. Но в новой фирменной обертке и они заиграли по-другому. Рука так и тянется за кошельком.

Продавцы тоже под стать стилю: все в фирменной бело-серой униформе. Сразу их видно, не надо бегать и искать по залу.

- Мы пару дней привыкали к новой обстановке, а потом, как глянули на белорусские узоры по периметру, так и успокоились, - признается продавщица Анна.

Ее коллега из соседнего магазина Алла работала тут и до переделки. Говорит, что и ей, и покупателям обновления нравятся.



«ВЫ - КРАСАВЦЫ!»

Еще бы они им не подошли. Примерочные теперь таких размеров, что душе шопоголика есть где разгуляться. В итоге получился современный шоу-рум, оснащенный еще и цифровыми дисплеями, с помощью которых можно узнать о представленных здесь белорусских товарах и перейти в интернет-магазины брендов, если в наличии не оказалось нужного размера.

- Наша задача - постоянно обновлять, постоянно радовать москвичей товарами как легкой промышленности, так и пищевой, - заявил на открытии первый заместитель премьер-министра Республики Беларусь Николай Снопков.

Всего магазинов от «Беллепрома» и «Белгоспищепрома» в павильоне около двадцати. Подтянули сябры на ВДНХ и тяжелую артиллерию: фермерскую продукцию с малой

родины Александра Лукашенко - агрогородка Александрия: мед, линейка фирменного шоколада «Президент», в том числе и для детей (как тут откажешь ребенку в покупке!). Но главное, до Москвы добрался «Первый» - магазин мерча от Президента Беларуси. Футболки, худи, свитшоты, кепки и даже подушки с крылатыми выражениями главы государства - «Любимую отдаю», «Президентами не становятся, президентами рождаются». Есть и новинка - майка с фразой «Вы - красавцы». Все это разнообразие успели оценить и полюбить белорусы. Теперь очередь гостей ВДНХ.

Чтобы отсеять последние сомнения, хозяйка устроили даже модное дефиле мерча. Цены, правда, немного кусаются: на Форуме регионов в Гродно майку с крылатыми фразами можно было купить за шестьсот российских рублей, а тут за 1,2 тысячи. Но, как нам пообещали, пожелания учтут. Не зря же на открытии было заявлено, что уходить отсюда без покупок запрещено.



Ленточку разрезали почетные гости: Дмитрий Крутой, Татьяна Лугина, Алексей Оверчук и Николай Снопков.

Николай СНОПКОВ, первый заместитель премьер-министра РБ:

- Нам сейчас надо перестраивать экономическое сознание, эффективность бизнес-процессов, что мы на первых порах вместе, и это ключевое слово, делаем с Российской Федерацией. Этот павильон - символ того, что мы должны обновляться и противостоять внешним угрозам.

Он создан для бизнес-контактов: вся инфраструктура есть, помещения есть, расположение удобное. У ВДНХ как у площадки особая атмосфера, аура, которая предполагает дружеские встречи. И мы продолжим модернизацию павильона - я думаю, что это только начало.

Самое главное для нас, славян, сохранить не первое впечатление, а этот уровень коллекции.

СКАЗАНО

Алексей ОВЕРЧУК, заместитель Председателя Правительства РФ:

- Совсем недавно, в апреле этого года, на ВДНХ экспонировались лучшие образцы передовой белорусской машиностроительной техники, а сегодня - новая презентация, уже самого павильона «Беларусь». И это нас радует.

Это здание даже важнее посольства, потому что сюда будут приходить люди, знакомиться с чудесной и близкой нам Беларусью, с вашими предприятиями и продукцией, что-то покупать. И это реальное сближение.

Здесь будут зарождаться новые контакты, новые идеи. Собственно, ради этого мы все и создаем.

КРУТОЙ ВЫХОД

■ Для Посла Беларуси в России эта церемония - первая в новой должности.

- Лично мне понравились конфеты, мед, соки, морсы, - признается Дмитрий Крутой. - Тем более что часть продукции выражена нашими фермерами. Мы надеемся, что этот сегмент будет расширяться, и частники получают доступ на московский рынок, чтобы презентовать свою продукцию.

Я считаю, что здесь представлены лучшие образцы, возможности того сегмента белорусской экономики, который работает для людей. Качество белорусской продукции - наше лицо, бренд, о котором мы

говорим со всех уровней, именно в концепции этих народных отраслей проявляется ярче всего - эту идею мы хотели донести обновленным павильоном.

А журналисты интересуются у посла, как у профессионального экономиста, ждать ли прибыли.

- Конечно, я бы хотел, чтобы затраты на павильон окупились в течение короткого времени, - признается он. - Но пока мы это не обсуждаем. Нужно, чтобы наши посетители узнали Беларусь с новой точки зрения. По итогам года посмотрим, какие цифры получаются, какие будут наработаны изменения, и тогда будем больше смотреть на экономические и финансовые показатели.