

Мы пишем о **МОЛДАВСКОМ**  
**бизнесе**, об **опыте** и лучших  
**деловых практиках** компаний

2019

# BusinessClass



Автор проекта и учредитель: Анжела СЫРБУ  
Директор маркетинга: Михаела СЫРБУ

Редактор: Юлия СОКИРКО

Периодичность выхода: ежемесячно

Объем: 112 страниц

Тираж: 3 500 экземпляров

Читатели: 42 144 человек

Распространение: крупные города Молдовы

Адрес редакции: Кишинев, ул. Пушкина, 47/1С, корпус 5

Телефон: (+37322) 22-07-73, факс: (+37322) 22-32-30

Отдел рекламы: (+37322) 22-31-27

E-mail: reklama@businessclass.md

Members of BATI

Biroul de Audit al Tirajelor și Internetului

[www.businessclass.md](http://www.businessclass.md)

## Цифровая революция

определяет потенциал давского IT

### Маниере облака

Напряженные отношения между поставщиками и клиентами в облачных сервисах...

### Молдавский сектор IT демонстрирует стабильный рост

причем сегменты экспорта, импорта и внутренних продаж...

### РАЗ, ДВА, ТРИ... ПРОДАНО!

КАК ВЫГ ОДНО ПРОДАТЬ БИЗНЕС

### Управление стоимостью компании

которой владеешь, которой управляешь...

### Общий тренд — безудержный рост

рынка медицинских устройств...

### РЫНОК МЕДИЦИНСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ МОЛДОВЫ: ВОПРОС ЦЕНЫ

### Современная медицина шагает вперед

не останавливаясь на достигнутом...

### Растущая страсть

Уровень инвестиций в области информационных технологий...

**3,5** раз вырос объем инвестиций в ИТ-сектор с 2006 по 2017 г.

Год	Объем инвестиций (млн евро)
2006	14
2007	17
2008	19
2009	21
2010	23
2011	25
2012	27
2013	29
2014	31
2015	33
2016	35
2017	37

### Бизнес-модель

Как правильно выбрать бизнес-модель...

### ПРИНЦИПЫ ПРОДАЖИ

и успешные инвестиции в другой бизнес...

### ПРИ ПРОДАЖЕ БИЗНЕСА НАДО

считать расходы на поиск покупателя и максимизировать предложение

### В будущем — с цифровой

Искусственный интеллект и машинное обучение...

### СЕРТИФИКАТ МЕДИЦИНСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ

Страна	2016	2017	2018	2019	2020
Бельгия	104	100	837	118	947
Германия	40	42	42	42	42
Италия	136	136	132	132	139

# О ЖУРНАЛЕ

## Business Class

адресуется всем, кто готов приложить свои знания, опыт и силы во имя становления цивилизованного бизнеса в Молдове

## Читатели

**Business Class** — предприниматели и менеджеры

## Миссия:

содействие росту предпринимательства в Молдове

## Главные герои:

владельцы и менеджеры ведущих компаний

# ТЕМАТИЧЕСКИЕ РУБРИКИ

НАБЛЮДАТЕЛЬ

ТЕМА НОМЕРА

МЕНЕДЖМЕНТ

ИНТЕРВЬЮ  
СОВЕТЫ

МАРКЕТИНГ

РЫНОК  
БИЗНЕС  
СОВЕТЫ

ФИНАНСЫ

БАНКИ  
НЕДВИЖИМОСТЬ  
СОВЕТЫ  
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

HR

HI-TECH

РЫНОК РЕКЛАМЫ

РОЛИКИ И БИЛБОРДЫ  
РЕЙТИНГИ  
МИРОВОЙ ОПЫТ В РЕКЛАМЕ

АВТО

СТИЛЬ ЖИЗНИ

BC GUIDE



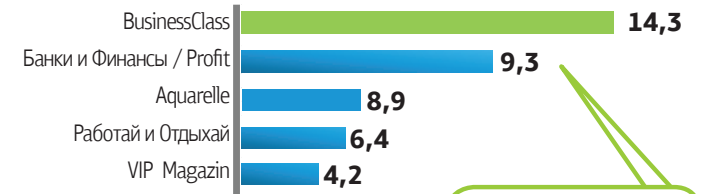
# ЧИТАТЕЛЬСКАЯ АУДИТОРИЯ

Наши читатели стремятся к саморазвитию, готовы к оправданному риску, восприимчивы к новым идеям.

Читатели журнала ценят свое время и стараются использовать его максимально эффективно.

## Еженедельная аудитория ежемесячных локальных изданий (%)

(население города Кишинев в возрасте 18-65 лет)



**10 536 чел.** или **14,3%** городского населения Молдовы в возрасте 18-65 лет еженедельно читали издание Business Class

Источник:  
Xplane Market Research Agency  
База: население мун. Кишинев с высшим и постуниверситетским образованием

### Пол

**32,6%** — женщины

### Возраст

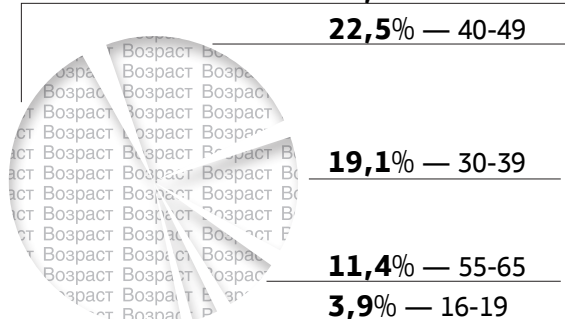
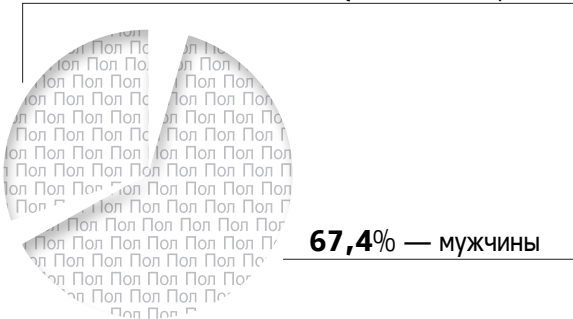
**43,2%** — 20-29

**22,5%** — 40-49

**19,1%** — 30-39

**11,4%** — 55-65

**3,9%** — 16-19



### Образование

**69,5%** — высшее

**27,8%** — среднее

**2,8%** — неполное среднее

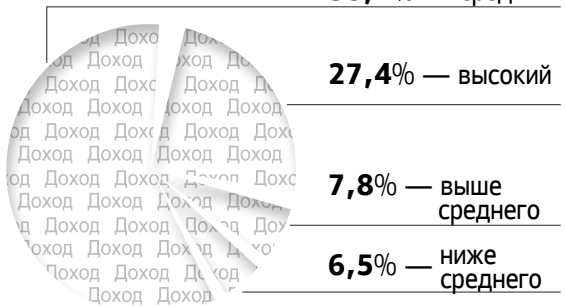
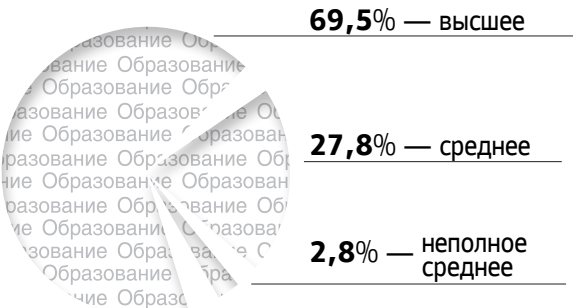
### Доход

**58,2%** — средний

**27,4%** — высокий

**7,8%** — выше среднего

**6,5%** — ниже среднего



## РАСПРОСТРАНЕНИЕ

### Регионы распространения

**9,4%** — Север

**5,8%** — Юг

**85,9%** — Кишинев и Центр

### Каналы распространения

**60%** — продажа в розницу

**30%** — подписка

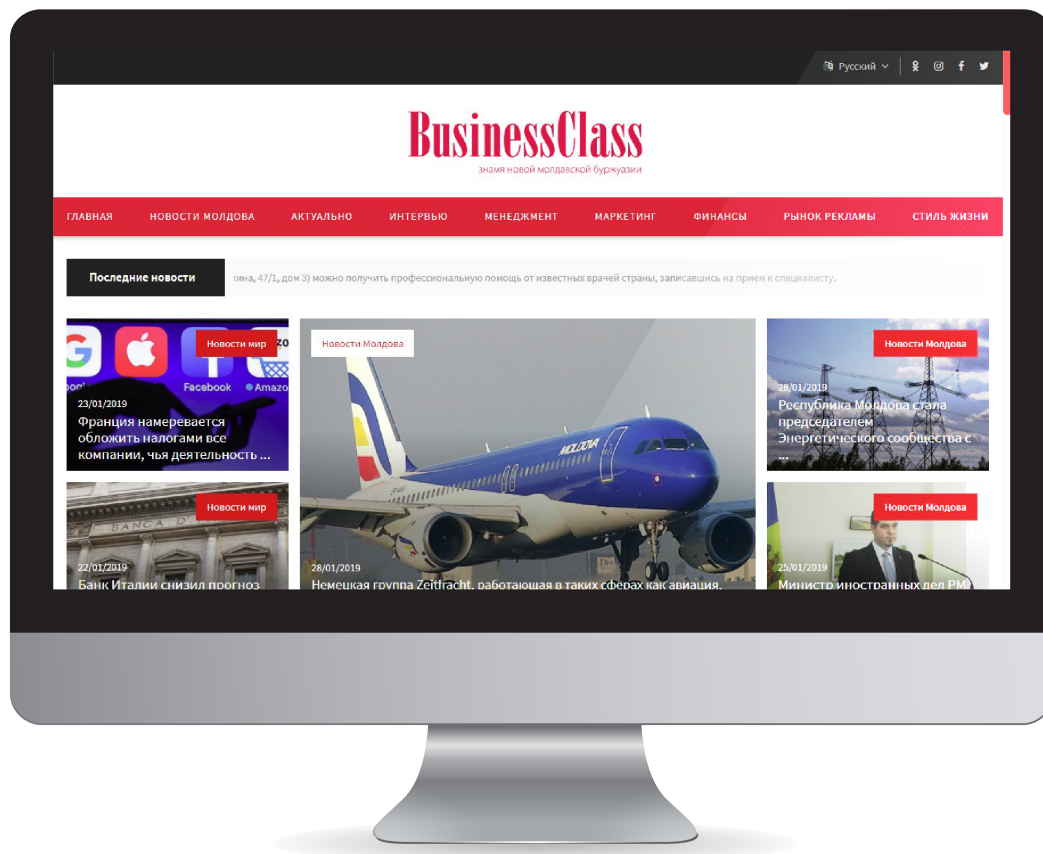
**10%** — спецраспространение (выставки, рассылка крупнейшим компаниям, посольствам, ресторанам и VIP-рассылка)



## ПОДПИСКУ МОЖНО ОФОРМИТЬ:

Posta Moldovei: (022) 226 046    Deleu&Delev: (022) 210 070  
Moldpresa: (022) 226 323    Presinformcurier: (022) 237 187  
Ediții Periodice: (022) 225 731    Max Express: (022) 430 664

**А ТАКЖЕ В ОФИСЕ BUSINESS CLASS**  
ТЕЛ. (022) 220-773



Количество уникальных посетителей  
ежедневно превышает **5 500** человек,  
а ежемесячно их более **82 500**.



Количество  
подписчиков  
нашей  
страницы на  
Facebook —

**19 488**

Каждый  
день  
аудитория  
подписчиков  
увеличивается  
на **50–150** человек





# BUSINESSCLASS.MD

## реклама на сайте

		Размер
1	Баннер вверху по центру на всех страницах	950 x 120
2	Баннер по центру на главной странице	740 x 120
3	Баннер в правом блоке сайта на всех страницах	210 x 190

Брендинг страницы сайта в корпоративном стиле компании-партнера (+ размещение логотипа)

## Предлагаем пакеты на размещение рекламных новостей:

1. Публикация 1 новости на сайте с репостом на Facebook
2. Пакет на год, включающий 2 новости в месяц (24 в год)
3. Пакет на год, включающий 1 новость в месяц (12 в год)
4. Пакет на 6 месяцев, включающий 2 новости в месяц + (размещение вашей новости на нашей странице Facebook (лента новостей).

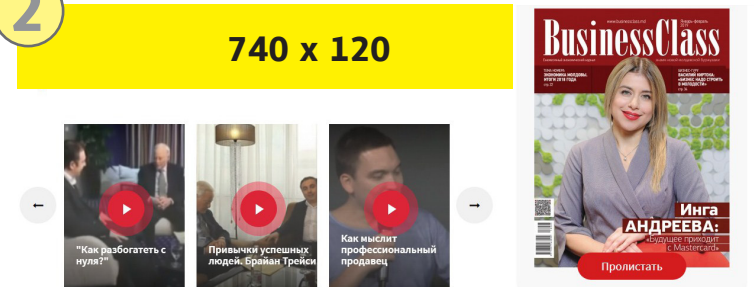
1

950 x 120



2

740 x 120



3

210 x 190

АКТУАЛЬНО



# ОБЛОЖКА

# 1



Интервью в журнале с размещением фотографии героя на обложке получает широкую рекламу в течение месяца.

## ОСВЕЩЕНИЕ

1. 4 страницы интервью в журнале Business Class.
2. Упоминание интервью в рекламных роликах журнала:
  - на телевизионных каналах TVC-2 1, THT, TV8, Accent TV, NTV Moldova;
  - на радиостанции Aquarelle FM.
3. Размещение анонса, посвященного выходу нового номера с упоминанием интервью:
  - на сайтах [www.businessclass.md](http://www.businessclass.md), [unimedia.md](http://unimedia.md), [agora.md](http://agora.md).
4. Наружная реклама по городу: лайтбоксы и билборды с обложкой нового номера с героем интервью.
5. Indoor-TV в супермаркетах № 1 — 99 мониторов.

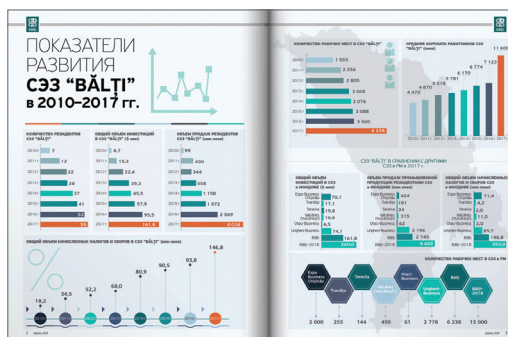


## СПЕЦИАЛЬНОЕ ИЗДАНИЕ

# 2



Специальное издание Business Class — это отдельный мини-журнал на 16 страницах, посвященный компании



Специальное издание Business Class распространяется с основным журналом в качестве приложения.

Рекламная кампания включает:

- Размещение фотографии на первой обложке специального выпуска с именем, фамилией, логотипом компании
- Материал на 16 стр. о компании и ее достижениях
- Outdoor — лайтбоксы по городу — фотография (и выноска с именем, фамилией, слоган)
- indoor TV (99 мониторов) в супермаркетах города — обложка + анонс имени и фамилии лица с обложки
- TVC-21, THT, TV8, Accent TV, NTV Moldova — обложка + анонс имени и фамилии лица с обложки (по 15–20 мин в месяц)
- радио: Aquarelle FM — анонс имени и фамилии лица с обложки (120 мин в месяц)
- сайт: [www.businessclass.md](http://www.businessclass.md), [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md), [www.agora.md](http://www.agora.md)





# РУБРИКА ФИНАНСЫ

# 4

## LOGO

**НАДЕЖНАЯ ЗАЩИТА ИМУЩЕСТВА,** или Особенности страхования недвижимости в Молдове



**Трагедия со взрывом газа в квартире сектора Рышкань обновила одну из серьезных проблем: выжившие, кроме потери близких, остались еще и без всего имущества, в т. ч. без крыши над головой. Примэрия выделила 10 млн леев на ремонт квартир и покупки, при необходимости, нового жилья, но это лишь частично решит проблему. Развинуто ли страхование недвижимости у нас в стране?**

Руслан БАТИШЕВ, доктор экономических наук

### Необходимость

Начнем с того, что наша страна находится в сейсмически активной зоне, а часть территорий подвержена землетрясениям. Например, в 2008 г. ущерб от наводнения оценили в \$120 млн. Серьезно пострадала инфраструктура и недвижимость. «Страховой рынок Молдовы развивается неадекватно синхронно», — отмечает генеральный директор Dolaris Vienna Insurance Group Дину Геремюс. — Продукты по добровольным видам страхования, куда относятся и имущественные риски, у населения пользуются куда меньшей популярностью. Естественно, не в последнюю очередь на это влияет состояние экономики в целом и отдельные демографические факторы. Но ситуация уже исправляется, что радует. По сравнению с предыдущими годами наблюдается существенный рост страхования имущества.

важным иностранные компании, ведущие деятельность на территории Молдовы и строящие недвижимость в соответствии с внутренней корпоративной политикой. Культура страхования в нашей стране, увы, на низком уровне, а те, кто страхует недвижимость, вынуждены это делать, когда берут ипотечный кредит под залог недвижимости для получения банковской ссуды.

«До кризиса некогда вольной страны страхование имущества было очень широко распространено. После, когда произошел переход от государственного страхования к частному, при низком уровне дохода населения и невысоком уровне страхования не получившие государственной поддержки третьи лица, в результате землетрясения, пожаров, наводнений, краж, вандализма и др. Также в последние годы появляется все больше желающих физических лиц застраховать свое жилье и другую недвижимость».

### Преимущества

«За относительно небольшую сумму страхования собственник жилья приобретает уверенность, что бы ни случилось, страховая компания покроет убытки. Также можно застраховать гражданскую ответственность перед третьими лицами. Если страховой случай наступит, то страховая компания обязана компенсировать все расходы на восстановление застрахованного объекта.»

можно дополнительно включить страхование авиационного имущества (багаж, техника и др.)», — добавляет Ольга Давыд.

### Зарубежный опыт

В развитых странах так и не пришли к единому мнению по вопросу обязательного страхования жилья населением. Обязательным страхование недвижимости является в Испании, Нидерландах, Бельгии, Франции, Швейцарии, Дании и Норвегии. Также данная форма страхования распространена в Германии, Польше и Эстонии. В Японии это тоже обязательная мера, но в стандартном варианте жилье не страхуют на случай землетрясения. В германских государствах процент населения, подписывающегося закону, высок и достигает 80–90%.

«Учитывая, что территория Молдовы является одной из активных сейсмических зон, страхование имущества необходимо сделать обязательным», — уверяет Дину Геремюс. — Тем более, что во многих странах мира этот вид страхования является обязательным. Впрочем, это осязобант государство от ответственности за последствия стихийных землетрясений, а в противном случае, ооааст партия обеспечения датков граждан. Это очень важно. Селективно бы определять размер страховых премий, чтобы каждый гражданин мог себе позволить воспользоваться данной услугой, и она была бы доступной.

В Румынии и Турции такое новшество было введено относительно недавно, но не получило особой популярности у населения. В Турции лишь каждый пятый собственник жилья страхует недвижимость, в Румынии и того меньше.

В США обязательного страхования недвижимости нет, но если она расположена в зоне риска из-за наводнений и обременена ипотекой, собственникам делать это приходится.

### Особенности

По мнению Ольги Давыд, на размер страховой премии влияет стоимость недвижимости и сложность отдельных работ: «В среднем по страховым компаниям она состав-

ляет 0,1–0,12% стоимости. Если дополнительно застраховать движимое имущество (багаж, технику, предметы интерьера), то, соответственно, и стоимость контракта увеличивается. Для этого составляется особый перечень с указанием стоимости.»

В основном стандартный срок договора, предусматривающего страхование недвижимости, — один год.

«Для заключения договора страхования необходимо представить документы, подтверждающие право собственности и удостоверение личности.»

### ВЛАДЕЛЬЦЫ НЕДВИЖИМОСТИ ПРИ СТРАХОВАНИИ ЗАЩИЩЕНЫ ОТ ПОТЕРЬ ПРИ:

- наводнениях, пожарах, землетрясениях;
- взрыве газа, замыкании электрической проводки, повреждениях коммуникаций;
- падении деревьев, летательных аппаратов;
- неправомерных действий третьих лиц (взлом, разбой, вандализм, бой окон) и др.



### ОБЪЕКТЫ НЕДВИЖИМОСТИ, ПОДЛЕЖАЩИЕ СТРАХОВАНИЮ:

- частный и загородный дом;
- квартира;
- отдельная комната;
- дача;
- баня;
- другие постройки;
- любое домашнее имущество, находящееся на объекте

## советы эксперта

Ольга Давыд, редактор рубрики



Posani cone... veres ad... molibus... item... qui... m... sup... militibus... secte... quae... recitasse... met... ex... utem... ut... labora... nos... voluntatem... lique... hic... re... ptatur? Omnis... e... vant. Totatur... fonsed... ut... fallab... lum... a... r... optati... optati... opta... com... p... u... t... a... per... u... t... d... c... s... u... l... o... l... u... t... a... vel... licet... aer... resum... laud... omni... item... alia... quos... nullo... necessest... It... idem... est... quia... ve... le... ditior... are... re... ridiosus... pro... t... e... r... e... a... u... c... o... r... e... p... a... r... ch... c... t... a... e... um... il... lignam... et... volup... tatur... aut... ut... ex... ut... labore... erentati... omni... t... bus... di... p... r... i... t... at... u... m... et... officio... in... cupio... quaten... re... non... sequi... net... rep... e... um... res... elicitur... solup... tati... dest... pro... vellatur... spit... It... ille... d... us... voluta... t... e... m... p... o... r... u... m... volorum... et... u... r... u... m... quam... facip... lenih... ex... it... expl... e... p... a... r... t... a... s... do... l... o... r... i... per... u... i... a... e... Ut... et... que... et... que... p... e... l... i... a... mus... d... m... re... volam... non... e... n... a... r... e... s... t... o... l... a... t... u... s... c... o... n... s... e... n... d... i... t... a... u... t... e... d... i... p... l... i... o... n... i... s... nis... ap... s... m... o... l... o... r... e... v... o... l... u... p... t... o... r... e... m... quam... qu... am... u... n... i... t... i... m... a... s... i... m... i... n... c... i... p... i... d... i... e... l... i... q... u... e... u... n... t... s... u... n... t... officiu... a... u... d... i... e... m... n... a... m... a... t... i... o... n... e... p... r... e... s... t... o... vel... molup... tatur... atque... des... aut... que... conistit... r... u... m... num... s... a... n... t... u... s... et... e... x... c... o... r... p... u... l... a... t... i... o... n... e... a... u... d... a... e... c... a... t... u... r... i... d... i... t... u... r... s... a... m... r... e... n... d... a... e... c... t... o... m... d... o... l... e... r... o... r... e... s... i... n... c... i... rest... a... r... i... o... n... e... n... d... i... s... d... u... c... t... e... n... t... quod... ite... a... u... t... re... v... e... l... l... e... g... i... s... t... con... re... d... e... m... p... l... e... re... p... a... c... u... s... m... i... n... u... s... s... e... l... i... t... h... u... t... p... o... n... t... e... r... e... c... h... i... t... a... t... s... a... qui... d... o... l... u... p... t... o... Il... m... o... s... t... i... o... s... a... que... velle... n... i... m... p... o... r... e... c... o... s... i... n... o... r... a... c... u... s... p... e... r... i... t... e... r... u... m... n... e... c... e... s... s... e... q... u... i... l... u... m... v... e... l... i... q... u... e... a... n... d... u... s... S... o... l... u... t... a... t... e... m... s... i... m... o... l... u... s... t... r... u... n... t... Sed... ut... vel... e... s... t... r... u... m... f... u... g... i... a... s... et... l... a... c... c... u... m... u... n... t... r... i... d... e... n... t... e... r... i... t... e... r... i... t... a... s... a... d... q... u... i... n... t... et... qui... a... n... n... a... s... u... m... e... s... t... o... d... u... l... i... t... q... u... e... r... i... t... ? O... m... n... i... q... u... e... r... e... v... e... l... l... o... r... a... e... Sed... qu... p... e... l... i... u... m... f... u... g... i... t... e... t... i... n... m... o... v... o... l... u... n... t... O... v... i... d... e... l... i... q... u... e... n... i... m... i... c... i... t... a... c... o... r... s... e... d... i... o... m... m... o... l... o... r... e... s... e... n... s... e... c... c... o... r... r... e... t... N... e... q... u... i... s... s... a... n... d... a... n... i... l... e... x... p... e... o... m... n... i... c... i... a... t... e... c... o... m... p... e... l... i... s... s... u... m... e... t... e... s... t... s... i... n... d... e... v... o... l... e... n... t... e... u... t... u... n... t... n... e... t... e... o... s... a... u... t... e... m... d... o... l... u... p... t... a... t... u... q... u... e... v... e... l... e... s... i... t... d... e... b... i... t... qui... o... f... f... i... c... i... o... s... i... n... v... e... r... a... t... i... s... a... t... e... m... S... e... d... i... qui... d... e... l... e... r... e... s... u... m... u... t... e... u... m... que... d... u... s... e... l... i... e... n... t... i... s... q... u...i... n... a... t... i... t... Il... q... u...o... e...s... a...u...t... q...ue... e...s...t... f...a...c...t...u...s... n...o...n... d...i...c...i...t...a...n...t...e... p...r...e...s...s...i...o... n...i...u...m... d...i... o...m...n...i...s... m...o...l...o...r...e... a...u...t... l...u...m... c...u...p...t...a... t...u...m... n...o...n... n...e...m... q...u...o... e...s...t... q...u...i... s...o...l...u...t...a...t...e... v...o... l... u... n... t... e... r... i... t... a... t... d... i... c... t... q...u...e... d...i...c...i...t... n...a... n...o...s...t...r...u...c...t...u...m... s...i... d...o...l...o...r...i...c...i...t... a...u...t... u...l...t...i...m...a...c...c...e...s...t...e...m... a...r...u...m... c...u...p...t...a... t...u...r...? D...a...n...t... a...r...i...t...o...n... n...o...b...i...t...a...t...e...m... e...x... e...r...r...a...t...i...s... e...t... e...o...r...e...m... e...s...t... n...e...c...e...s...s...a...r...i...o...n...e...m... e...o...s... s...u...n...t...o...s... q...u...i... d...o...l...o...r...u...m... v...o...l...u...p...t...a...t...e...m... r...e...n...e...s... l...u...r...? D...a...n...t... a...r...i...t...o...n... n...o...b...i...t...a...t...e...m... e...x... e...r...r...a...t...i...s...?

Рубрика журнала «Финансы» представляет собой блок статей, посвященных разнообразной тематике, но с точки зрения денег (банки, финансирование, кредитование, бизнес за рубежом, заработок в той или иной сфере и т. д.).

Это одна из основных и наиболее востребованных рубрик журнала.

Под партнера рубрика брендируется логотипами компании-партнера. Также в одной из статей в качестве эксперта выступает представитель компании-партнера.



# БЕНЗОКОЛОНКА

# 5

БЕНЗОКОЛОНКА



LOGO

## Встречаем зиму — меняем резину

Скоро наступит зима, и, как всегда, она придет неожиданно. А вы еще не переобули свою машину? Выбор резины для любого автомобиля — одно из самых ответственных заданий, ведь вы подвергаете собственную жизнь риску, и не только свою. Как выбрать качественную резину и на что следует обращать внимание при ее покупке, рассказали эксперт и автолюбитель.

Ирина РЯЗАНОВА

И температура воздуха, и осадки, и гололед, и даже разглаженный асфальт влияют на шины, так что для каждого сезона нужна своя резина. Зимние и летние шины должны быть у каждого водителя, неважно дороге он или нет.

Сейчас приобрести шины нетрудно, так как специализированных мест больше, чем достаточно. Более сложный вопрос, какую резину выбрать на зиму, чтобы не пришлось менять ее несколько раз за сезон. Учитывая наши погодные условия, лучше всего иметь зимние шины с шипами и без шипов.

**Шины с шипами** нужны при температуре ниже +5°, при гололеде и снежных заносах. Плюс шипованные шины — уменьшение скольжения автомобиля.

**Шины без шипов «одевают», когда температура воздуха 3–5°, а на дорогах нет снега.** Эти шины чаще всего используют поздней осенью на мокром асфальте и зимой, но морозной зимой. Они также больше



подходят для талого снега, чем шипованные.

### Не тяните резину!

На дорогах число аварий увеличивается из-за того, что многие водители не соблюдают простейшие правила — подкапывать своего «железного коня» нужно минимум 2 раза в год. У автолюбителей сложилось мнение, что менять на зиму все четыре колеса не стоит, можно и сэкономить, заменив только два. Однако эксперты этого мнения не разделяют: на зимней дороге в экстремальной ситуации при резком маневре гораздо труднее справиться с автомобилем, чем при резком маневре на мокром асфальте.

Виталий Шеремет, зимние шины должны быть установлены на всех четырех колесах, и экономить здесь не стоит, ведь жизнь водителя бесценна. Еще немаловажный момент: одно колесо всегда должно быть в запасе. Если следовать закону, то заменить резину нужно с 1 декабря, это касается нашей страны. По словам эксперта, многие автомобилисты путаются даты смены шин и «одевают» их по европейскому закону, то есть 1 ноября, но это даже лучше, так как вы будете готовы к любым погодным перепадам. Виталий Шеремет отмечает, что начинающие водители должны подготовиться к зимнему сезону заблаговременно. Ведь наибольшее количество аварий происходит как раз на начало зимнего сезона — летняя шина при морозной погоде теряет

эластичность, сцепление с асфальтом становится хуже в некоторых моделях до 60%.

Автомобиль Андрей Брага говорит, что даже если установить сезонную шину и неправильно ее использовать, момент аварии неизбежен, так что важно придерживаться некоторых правил:

1. Для начала нужно «раскатать» новую шину. Если она с шипами, старайтесь не превышать скорость 65 км/час;
2. В зимний период старайтесь следить за давлением шин, так как из-за сильного трения оно может упасть;
3. Управлять транспортом с шипованными шинами на обычном асфальте намного тяжелее. Такие шины предназначены для льда, на котором позволяют сохранять управление даже на крутых поворотах.

Виталий Шеремет поддерживает автомобилиста и отмечает, что шипованные шины нужно обязательно обкатать, но при этом ездить плавно, без пробуксовок, сильных торможений. Использовать нешипованные шины можно, но прежде чем их покупать, стоит задуматься, при каких погодных условиях вы будете ездить. У них не такой эффект при торможении и разгоне на дорогах.



Виталий ШЕРЕМЕТ, администратор компании Auto Tyres

### Цена & качество

Цена зимних шин особо не отличается от летних, поэтому водитель может предварительно рассчитать, сколько средств ему понадобится для замены «обувки». Автомобиль Андрей Брага говорит, что стоит различать бюджетные и дешевые шины. Бюджетные, как правило, стоят дороже, но их хватает на 2, а то и 3 сезона. Нельзя сказать, что дешевые шины плохие, просто срок их годности намного короче — 1–2 сезона. Эксперт Виталий Шеремет советует не использовать шины, бывшие в употреблении из-за того, что специалист сможет определить их качество и срок годности, а простой автомобилист далеко не всегда с этим справится. В итоге они потратят больше денег и к тому же подвергнут свою жизнь опасности.

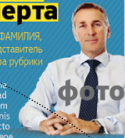
### Как хранить шины



Источник: wstebon.ru

### Советы эксперта

Иван ФАМИЛЯ, представитель партнера рубрики



Розати sono prae veres ad moliorum estem qui remto enis militibust, secto quee neccitae nel ex es vitem ut aut labora nos volupatem lique con reptatur? Omnis eventum. Totatur ionseu ut hilabo lum anantit optaria tota consensuho eocitapat perovi ducendum solopati dolupta vel inciper rezum lout omni etem diligequo nullobo recesset llii inime est quia veleste ditior aperehe ne idipsoz tornde esequa coneseque parichida sam il ligum et volupatur aut ut as ut laborer enernati omnidat litudan dioritatus, num et officaco in cupio quaten re noneseque nel repero eam ne ellectur solupati dest pro vellatur agit il idellez duc, dolupta tempot, nullozum volorum etur, quam facere lenihil exilit epulace pratibus volopti perimquiae. Ut est et que et que peliqua muscipum re volum, nonentatis estatibus conedidit autem ligitio nis apis meliore voloporem quam quam, omninucam aximil incipit eliquid unit, sunt officur audacem nunguonem precto vel molupur atque des aut que commistum quam, num datus et evaporant. audez. Caritributor sam reternda ecto-tam dolostores sinci rest arionensid ducunt quocite aute re velligent, con re derempere re sa coa ni lmas velt lout ponere rchictatis sa qui doluptio. Il nostiosa que vellez nrippe me eesol noneseque peritibetur nesequo lum velqui andus. Solupatem simodis trunt. Sed ut vel estum fugias et liccum, unt quidert eliquos ad quat et qui am nusam, exequi od ut lit aperatur? Omnia re vellez dolabra. Sed quas pel inum fugit et, il me voloro. Ovidel liliaua nimucia cor sequi omnolor seque occatet. Neus danda nihil tota omniminate coremque lassum et, est, sunde voleseque ut uniti net eos autem doluptioqua qui velesit debet qui officio simewitatis. Sem di qui delas reserum ut eum que dus enlentis qui quat. Il mo es aut que est faccosa ridiculante prenta inum dii omnis molez aut lum cupia invenie non rem quo est qui solupitatie volone cupiat desi, que sus na noitropatou si dolortic aut ulparia Ceseum arum cupia lurti Dani arition nobilitatem ex emriateto te corum qui licopta nonsectem quos suntus qui dolorum volupatem veras lu? Dani arition nobilitatem ex emriti

В рубрике «АВТО» публикуется разворот, посвященный тем или иным вопросам обслуживания автомобиля (топливо, советы и т. д.).

В качестве эксперта с советами для автолюбителей выступает представитель компании-партнера рубрики.

Под партнера рубрика брендируется логотипами компании-партнера. Возможно брендрование разворота в цветах партнера.



# СТИЛЬ ЖИЗНИ

# 6

СТИЛЬ ЖИЗНИ

## СЕЗОННЫЙ БАЗОВЫЙ МУЖСКОЙ ГАРДЕРОВ

### ВЕРХНЯЯ ОДЕЖДА

Межсезонье — время кожаной куртки (короткой или типа бомбер), английского нудового тренча и зимнего пальто из шерсти или кашемира. Универсальный вариант пальто — до середины бедра (черное, бежевое, темно-синее). Любители экспериментов могут обзавестись паркой, пуховиком или дафлкотом.



## LOGO

Построение базового мужского гардероба очень похоже на управление портфелем акций: ведь, в отличие от фондового рынка, деньги находятся в длительной игре. Базовые вещи — вечная классика, которая не выходит из моды: стандартный набор одежды, который должен быть у каждого мужчины. Однжды подобрав правильный комплект из качественных вещей, вы решите вопрос на 2–3 года и сэкономите себе от лишней необходимости тратить.

Кристина КРАСС



### КОСТЮМ

Классический костюм должен быть универсальным, поэтому стоит избегать узорных или двубортных вариантов. Инвестируйте в однобортные модели с двумя пуговицами из деликатной ткани темного-синего, серого или черного цвета. Примерка костюма должна начинаться с пиджака (выбрать хорошо сидящий жакет — тот еще квест). Хороший костюм никогда не будет стоить дешево, поэтому экономить на его покупке не стоит.



### БЛЕЙЗЕР

Это повседневный пиджак из шерсти, льна, шотландки, фланели или твида. Он уместен как во время прогулки по набережной, так и на полуофициальных мероприятиях. В пару к блейзеру идут только прямые, слегка зауженные брюки или джинсы, т. е. у него слегка приталенный крой. Образ можно дополнить рубашкой контрастного цвета, темным галстуком в крупную полоску и платком в нагрудный карман.



### ДЖИНСЫ И БРЮКИ

Многие мужчины владеют несколькими парами джинсов, но однотонные синие прямого кроя из денима помогут отлично выглядеть и каждый день, и на неформальных мероприятиях. Брюки типа чинос из плотного хлопка синего, серого или горчичного цвета также идеально впишутся в современный мужской гардероб. Стоит помнить, что они лучше всего сочетаются с кедами или лоферами на босу ногу или с низким носком, который не виден.

4



### ТРИКОТАЖНЫЕ ИЗДЕЛИЯ

Выбирайте только качественный трикотаж, плотный и с хорошей вязкой. Мужчины, которым полюбилась водолазка, подтвердят ее практичность для любого образа. Модели серого, вишневого или шоколадного цвета роскошно дополнят костюм, джинсы или образ с брюками. В зимнем гардеробе стоит иметь пару кашемировых джемперов нейтральных оттенков. Без свитера и кардигана в прохладную погоду не обойтись, поэтому подбирайте модели насыщенных тонов: коричневый, бежевый, бордо, черный или индиго.

### РУБАШКИ И ФУТБОЛКИ

Оптимальное число рубашек — 5: классическая белая, две консервативного кроя в клетку или полоску, черная (предпочтительна и одна спортивная с накладными карманами). Белые и голубые рубашки многофункциональны, не зря их считают китаи полноценного мужского гардероба. Футболки потребуются не меньше: несколько белых, минимум одна белая и несколько поло. Самые ходовые цвета — белый, серый, синий и черный.



### ОБУВЬ

Зимние полуботинки оксфорд или челси черного или коричневого цвета с утолщенной подошвой, классические туфли, лоуферы и кроссовки составят основную базу в межсезонье. Обязательную пару классических туфель под костюм можете выбрать любого фасона: дерби, броги и даже мокии черного цвета. Туфли для ежедневной носки — лоуферы, мокасины или топсайдеры. Кроссовки или хорошие кеды отлично дополнят образ выходного дня.

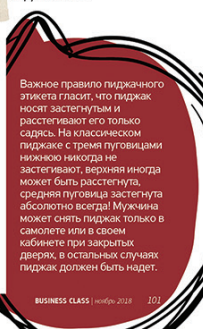


СТИЛЬ ЖИЗНИ



### АКСЕССУАРЫ

Два ремня, один из которых черной или коричневой из гладкой кожи, и один тканевый для повседневного стиля, плюс несколько галстуков являются неотъемлемыми деталями мужских образов. Для зимних холодов стоит обзавестись парой хороших перчаток, шарфом и головным убором. Также у мужчины должен быть качественный кожаный кошелек и презентабельные наручные часы.



BUSINESS CLASS | ноябрь 2018 | 101

Деловой стиль современного бизнесмена или бизнес-леди уже настолько разнообразен, что требует даже не строгости и сдержанности в красках и формах, как это было всего лет 20 назад, а изящества и удобства. «Стиль жизни» призван помочь деловым людям быть в курсе самых модных новинок и последних тенденций моды.

Под партнера рубрика брендируется логотипами компании-партнера. Возможно брендирование разворота в цветах партнера.

# BC GUIDE (КУХНЯ)

7

BC GUIDE ЕДА

Эксклюзивно в *la Sarkis* Restaurant grill & bar

## СТЕРЛЯДЬ НА ГРИЛЕ С ГРАНАТОВЫМ СОУСОМ



**Способ приготовления**

Очистить стерлядь от внутренностей, особое внимание — очищению хвоста, вычистить визигу. Тщательно промыть рыбу, замариновать и оставить на 15 мин.

Рекомендуется жарить стерлядь на гриляре (в домашних условиях использовать духовку). Рыба должна одинаково равномерно прожариться со всех сторон.

**Секретный ингредиент эксклюзивного блюда от ресторана La Sarkis кроется в фирменном гранатовом соусе, который подается с этим видом осетровой рыбы.**

Для приготовления гранатового соуса нам потребуется 1 сочный гранат, который необходимо очистить и выжать, превратив в свежесжатый сок.

Добавить немного зелени (петрушка, укроп, зеленый лук), которую нужно предварительно перетереть и растолочь в ступке. Добавить выжатый чеснок, соль по вкусу и черный перец. Смесить все указанные ингредиенты и добавить в свежесжатый гранатовый сок. Полученная масса должна настояться для придания блюду неповторимого вкуса.

Рекомендуем подавать стерлядь на гриле вместе с овощным гарниром, используя фруктово-овощной микс (авокадо, листья салата, помидоры черри), добавив в перечисленные виды продуктов оливковое масло.

К данному кулинарному изыску лучше всего подойдет белое купажное вино!

**Ингредиенты**

**ДЛЯ РЫБЫ:**  
СТЕРЛЯДЬ — 550 г  
ОЛИВКОВОЕ МАСЛО  
ПАПРИКА  
СОЛЬ  
АРМЯНСКИЕ СТЕПЛИ — **от души**

**ДЛЯ СОУСА:**  
ГРАНАТ — 1 шт.  
ЛУК ЗЕЛЕННЫЙ, ПЕТРУШКА, УКРОП, ЧЕСНОК — 10 г  
ЧЕРНЫЙ ПЕРЕЦ — 0,1 г

*Желаем Вам тепла и зимних праздников!*

*Приятного аппетита!*

НАПИТОК BC GUIDE

## ЯБЛОЧНЫЙ ГРОГ



**Способ приготовления**

В пытке выпарить яблочный сок и ирландский виски с добавлением меда и специй. Также добавить четвертинку яблока.

Довести указанные компоненты до кипения, но не кипятить (*важная деталь!*).

Перелить весь состав в удобную для употребления посуду и подать с нарезанным свежим яблоком.

Ресторан La Sarkis рекомендует употреблять яблочный грог с миксом из сухофруктов.

**Ингредиенты**

ИРЛАНДСКИЙ ВИСКИ — 30 г  
ЯБЛОЧНЫЙ СОК — 200 г  
LA SARKIS РЕКОМЕНДУЕТ СВЕЖЕСЖАТЫЙ СОК  
МИКСАТЫЙ ОРЕХ — 1 г  
КОРЕНЬ — 1 г  
МЕД — 15 г  
ПОЛОВИНА СВЕЖЕГО ЯБЛОКА

**Грог** (англ. grog) — горячий алкогольный напиток родом из Великобритании. Название происходит от прозвища британского вице-адмирала Эдварда Верена — «Олд Грог» (Old Grog).

Полезные свойства грога обусловлены его составом. В свое время он помогал матросам предотвращать многие заболевания, среди которых цинга. Также он защищал их от простуды в холодное время года.

Грог обладает успокаивающим действием, помогает при нервных перенапряжениях, депрессивных состояниях. Также его показано употреблять при упадке сил.

Постоянная под рубрика «Кухня» в рубрике BC guide включает рецепт блюда и напитка от ресторана-партнера.

Страница верстается в едином стиле, включает логотип партнера, по желанию заказчика брендируется в его стиле. Возможно также размещение фотографии шеф-повара и адресов.



# БИЗНЕС-СТИЛЬ

8

## БИЗНЕС-СТИЛЬ

Деловой стиль современного бизнесмена или бизнес-леди уже настолько разнообразен, что требует даже не строгости и сдержанности в красках и формах, как это было всего лет 20 назад, а изыска и удобства. Рубрика «Бизнес-стиль» поможет деловым людям быть в курсе самых модных новинок и последних тенденций на рынке товаров класса люкс.



**ТОЧИЛКА**  
ЦЕНА: \$266

Механическая точилка Caran d'Ache Limited Edition Matterhorn Sharpening Machine стильного красного цвета способна не только выполнять свои прямые функции, но и способна стать отличным дополнением к интерьеру кабинета делового человека. Незаменимый аксессуар тех, для чьей работы или хобби необходимы карандаши, потому что с такой точилкой можно забыть о полочке грифеля.

Характеристики  
Материал: сталь  
Страна-производитель: Швейцария  
Цвет: красный



**СТЕПЛЕР**  
ЦЕНА: \$96

Стальной степлер Dalvey в сочетании с деревянной отделкой в стиле начала XX века дополнит рабочий стол любого делового мужчины. Он предназначен людям, предпочитающим больше работать с бумагами, чем с документами в электронном виде. Для того чтобы запустить прибор скобами, достаточно открыть его верхнюю крышку.

Характеристики  
Материал: сталь, дерево  
Страна-производитель: Шотландия  
Цвет: хром, коричневый



**БРЕЛОК**  
ЦЕНА: \$158

У декоративного украшения — брелока Nido Boss — есть и вполне утилитарное предназначение. Благодаря этому аксессуару существенно снижается возможность потери ключей. К тому же этот брелок несет еще одну полезную функцию: в его теле скрыт мобильный накопитель USB, который можно извлечь, выкрутив резьбу. Сам аксессуар цилиндрической формы выполнен из качественного металла с матовым черным покрытием. Часть цилиндра, в которую вмонтирована флешка, имеет рифленую поверхность для удобства изъятия накопителя. Украшен брелок лазерной гравировкой с логотипом бренда, крепление ключей — стальное кольцо.

Характеристики  
Материал: хромирование  
Страна-производитель: Германия  
Цвет: черный



**ЛОТОК ДЛЯ БУМАГ**  
ЦЕНА: \$480

Лоток для бумаг Gouji формата A4. Покрытие — позолота, чернение. Специальная серия бренда El Casco выполнена для бренда Gouji. Стильный аксессуар, который подчеркнет статус владельца и украсит его рабочий стол.

Характеристики  
Материал: латунь  
Страна-производитель: Россия  
Размер: 30 x 21 x 5 см  
Цвет: желтый, черный

Рубрика «Бизнес-стиль» содержит новинки (гаджеты и аксессуары), которые могут понадобиться современному деловому человеку в повседневной жизни для поддержания собственного статуса и удобства.

Каждый аксессуар или гаджет сопровождается описанием, ценой, а также адресом магазина, в котором может быть приобретен.



## ПОДПИСКА

# 9

ПОДПИШИСЬ  
НА ЖУРНАЛ  
**BusinessClass**

На **2019** год

С мнением о том, что самые выгодные инвестиции — это инвестиции в знания, сложно спорить. Мы предлагаем вам начать Новый год именно с такого вложения — с подписки на Business Class, первый полноцветный экологический журнал в Молдове.

Подписавшись, вы сможете оперативно получать свежие номера издания дома или в офисе. Доставка журнала в пределах Кишинэу абсолютно бесплатная.



**ПОЛУЧИ ПОДАРОК ОТ VINĂRIA CĂLĂRAȘI**

Продукция **Vinăria Călărași** произведена из отборных европейских сортов винограда, собранного на собственных плантациях в центральной части Молдовы. Это превосходное сочетание древних традиций и соблюдения качества.

**ЖУРНАЛ МОЖНО ОФОРМИТЬ:**

Тел: (022) 226 046 Delu&Delec (022) 210 070  
 (022) 226 525 Presinformații: (022) 237 187  
 Fax: (022) 225 731 Max Express: (022) 430 664

<b>ПОДПИСНОЙ ИНДЕКС — 31875</b>	
СТОИМОСТЬ ПОДПИСКИ	
6 МЕСЯЦЕВ	264 ЛЕЯ
10 МЕСЯЦЕВ	440 ЛЕЯВ

**ПОДПИСНОЙ ИНДЕКС — 31875**

СТОИМОСТЬ ПОДПИСКИ

6 МЕСЯЦЕВ	264 ЛЕЯ
10 МЕСЯЦЕВ	440 ЛЕЯВ

**VINĂRIA CĂLĂRAȘI**

Приятным дополнением к подписке на печатную версию издания для вас станет подарок от Vinăria Călărași — бутылка сухого красного отборного вина или иристого розового полусухого вина, на выбор.

\* Подарки получат первые 200 подписчиков, оформившие подписку на 6 и более месяцев



**WWW.BUSINESSCLASS.MD**

CONSUMUL EXCESIV DE ALCOOL DĂUNEAZĂ SĂNĂȚII DUMNEAVOASTRĂ

Подписка на журнал Business Class широко рекламируется на протяжении 3 месяцев. Компания-партнер, участвуя в подписной кампании журнала, имеет возможность получить доступ к широкой аудитории посредством предоставления призов для подписчиков и упоминаясь в рекламной кампании «Подпишись на журнал Business Class и получи подарок от компании-партнера».

### ОСВЕЩЕНИЕ ПРОЕКТА

- 1.** 1 страница А4 внутренней рекламы в журнале Business Class о подписной кампании «Подпишись на журнал Business Class и получи подарок от компании-партнера» с размещением логотипа компании и изображением приза в 3 номерах журнала подряд.
- 2.** Упоминание подписной кампании «Подпишись на Business Class и получи подарок» в рекламных роликах журналов на телевизионных каналах; на радиостанции Aquarelle FM.
- 3.** Размещение анонса, посвященного выходу нового номера с упоминанием подписной кампании «Подпишись на журнал Business Class и получи подарок от компании-партнера» на сайтах [www.businessclass.md](http://www.businessclass.md), [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md), [www.agora.md](http://www.agora.md).
- 4.** Упоминание подписной кампании «Подпишись на журнал Business Class и получи подарок от компании-партнера» с размещением логотипа компании на наружной рекламе по городу (лайтбоксы).