



25 ЛЕТ

РОССИЙСКАЯ
ПАРФЮМЕРНО-
КОСМЕТИЧЕСКАЯ
АССОЦИАЦИЯ

Фабрика СВОБОДА

Старейшее парфюмерно-косметическое предприятие было создано на базе первой в России парфюмерной фабрики Товарищества «А. Ралле и Ко». Основанная в 1843 г. в Москве французским купцом Альфонсом Ралле, уже в 1855 году фабрика обрела статус поставщика Двора Его Императорского Высочества, что дало ей право размещать на упаковке продукции, документах, рекламных материалах изображение императорского герба.

Ралле создал плантации для выращивания эфиромасличных растений и использовал их в парфюмерии. Товары «А. Ралле и Ко» продавались не только в России, а и по всей Европе – во Франции, Германии, на Балканах и в Турции, а также в Манчжурии и на Дальнем Востоке.

В начале XX века на фабрике работал Эрнест Бо, родившийся в Москве в семье французского парфюмера. Первый громкий успех пришел к нему в 1912 году: одеколон «Букет Наполеона» получил всеобщее признание. Позднее парфюмер создал знаменитые ароматы «Царский вереск» и «Фея роз», имевшие в России огромный успех. После революции Эрнест Бо эмигрировал во Францию, именно он стал автором знаменитого аромата, известного во всем мире как Chanel No.5.

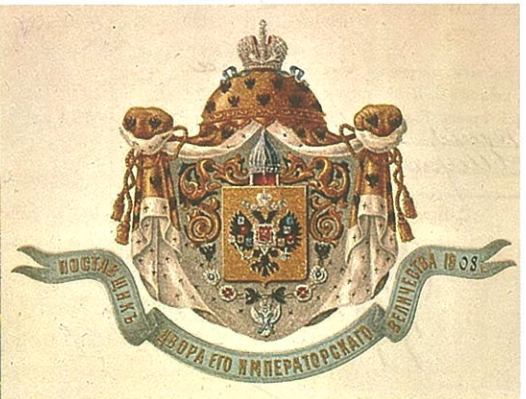
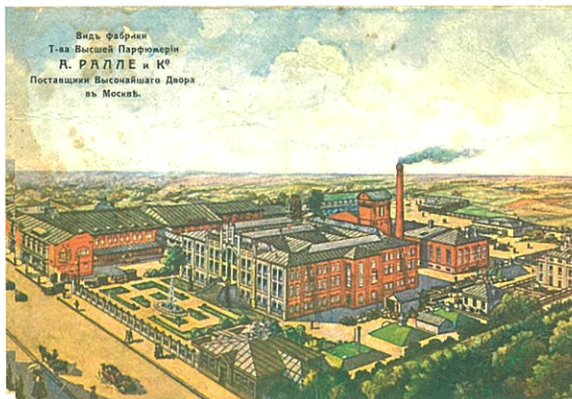
Товарищество «А. Ралле и Ко» стало рекордсменом не только по объему и ассортименту выпускаемой продукции (675 наименований парфюмерных товаров), но и по числу наград. 60 различных наград завоевано на различных промышленных выставках, в том числе и международных. СВОБОДА – единственная российская компания, четырежды получавшая высший награжденный знак, присуждавшийся за высокое качество продукции – Государственный герб России.

В 1917 г. Товарищество «А. Ралле и Ко» национализировано и впоследствии преобразовано в «Государственную мыльно-косметическую фабрику «Свобода». В 1930 году решено сузить специализацию предприятия. Парфюмерное производство было передано фабрике «Новая Заря», а СВОБОДА сконцентрировалась на производстве мыла. В 30-е и 40-е годы большое внимание уделялось личному здоровью и гигиене и к 1940 году на фабрике выпускается уже 30 сортов мыла, зубные порошки, средства для бритья, кремы.

100-летний юбилей фабрики пришелся на тяжелые военные годы. Помимо изделий основного профиля пришлось наладить выпуск глицерина для авиации, взрывчатых веществ, горючей смеси, гильз, запалов для гранат, пеналов для противогазных карандашей и другой продукции.

В послевоенный период, помимо традиционных зубных порошков, начато производство зубных паст, появился широкий спектр косметики для женщин, мужская косметика, впервые в стране внедрена технология производства нейтрального мыла. Сейчас оно очень востребовано и для самых маленьких граждан страны – «Тик-Так», «Я и мама» и для взрослых – «Зеленый чай», «Любимое». Уже полвека неизменным спросом пользуются знаменитые питательные кремы на основе обратной эмульсии «Люкс», «Янтарь», «Геронтол», «Вечер», которые давно стали символом фабрики.

В 2018 году АО СВОБОДА отметило свои 175 лет и новый ассортимент – это продолжение традиций на современном уровне.





СВОБОДА АО



Генеральный директор
АО «СВОБОДА»
Е.А. Пантелеев

Фабрика «Свобода» – старейшее в России предприятие парфюмерно-косметической отрасли. Какие ценности остались неизменными?

Нашей главной ценностью на протяжении всего советского и пост-советского периода является производство качественной косметической продукции для широкого круга потребителей. Фабрика «СВОБОДА» на всех этапах своего развития оставалась инновационным предприятием. Мы впервые в СССР стали выпускать косметику для разных возрастных групп. Благодаря «СВОБОДЕ» страна узнала о заживляющих свойствах витамина F, о нейтральном мыле и о шампунях с биоактивными компонентами.

И сегодня научным открытиям обеспечено быстрое внедрение в конечные продукты фабрики. Наш научный центр постоянно ведет собственные научные исследования и умело превращает разработки российских и зарубежных лабораторий в продукцию массового спроса.

За последние несколько лет «СВОБОДА» почти удвоила свой ассортимент. Постоянное внедрение новинок – это необходимость?

Чтобы удерживать позиции, мы должны быстро реагировать на изменения рынка, постоянно чем-то удивлять потребителя, в этом спасение отечественного производителя, способ конкурировать с иностранными компаниями. Запуск новых инновационных продуктов – это одна из наших главных задач.

Как изменились запросы потребителей косметической продукции в последние время?

Потребительские предпочтения постоянно меняются. Еще 10-15 лет назад, например, молодые мамы не обладали столь высокими требованиями к производителям детской косметики, как сегодня. А возьмите мужчин. С позиций сегодняшнего времени советского мужчину можно считать аскетом. Сегодня же, когда для движения информации нет преград, а мужчины вошли во вкус ухода за собой, разрабатывать новое в мужской косметике стало для нас не только профессиональным вызовом, но и проверкой наших фундаментальных знаний о мужской гигиене. Еще один тренд – эко-осознанность. Сегодня практически все, что мы делаем, обязательно проходит экологическую экспертизу, мы создали рецептуры практически безводных косметических продуктов, запустили программу переработки нашей пластиковой упаковки. Люди хотят жить в экологически благополучной среде и потреблять экологически чистую продукцию. Это тоже необходимость.

www.svobodako.ru
+7 495 685 2050
info@svobodako.ru



Качество косметических средств, производимых «СВОБОДОЙ», традиционно было высоким. Как сегодня удается сохранить стандарты качества?

Наша производственная культура обеспечивает в конечном итоге выпуск качественной продукции. Но сегодня и этого недостаточно. Требуется соблюдать и формальную сторону. Поэтому мы обратились в международные сертифицирующие организации и в результате получили сертификаты GMP на все три наши производства: твердого мыла, зубных паст и шампуней, и, конечно, косметики. В России этот сертификат обязаны иметь все фармацевтические предприятия. Мы же стали первыми обладателями этого сертификата в России среди косметических производств. При разработке рецептур новых продуктов значительное внимание уделяется исследованиям безопасности и доказательству эффективности. В этом помогает партнерство с ведущими научными центрами – РХТУ им. Д.И. Менделеева, РГУ им. Косыгина, ИПХК, Медико-стоматологическим институтом и др. Сотрудничество с РХТУ помогает и в применении последних достижений в области цифровых технологий. Без таких подходов сегодня нельзя тем, для кого качество – основа успеха.

Знаете, наши пиарщики недавно придумали для «СВОБОДЫ» слоган: «Качество – на все времена!» По-моему, этот слоган всего лишь отражает стремления всех наших предшественников, и мы – в их числе.

Каждый житель нашей страны наверняка знает, как минимум, несколько названий продукции «СВОБОДЫ». На Ваш взгляд, какая линия или конкретный продукт являются «визитной карточкой» фабрики?

Женщины всех возрастов очень ценят свойства ставших классикой питательных кремов: «Геронтол», «Люкс», «Вечер» и «Янтарь». Ни в России, ни даже в других странах лучше кремов на основе обратной эмульсии не делает никто. А у нас получается доступно по цене и качественно. Мужская часть потребителей (и не только!) неизменно предпочитает крем после бритья с витамином F за его прекрасные заживляющие свойства. Среди детской косметики, помимо крема «Детский» – а с 1954 года мы выпустили около 420 млн. упаковок этого крема – очень популярными стали обновленные серии «Тик-Так» и «Алиса». Очень надеюсь, что то новое, что мы создаем сегодня, через годы станет такими же хрестоматийными продуктами.

Российской парфюмерно-косметической ассоциации исполнилось 25 лет. Какую роль, на Ваш взгляд, она сыграла в развитии отрасли? Насколько важно для Вас сотрудничество с РПКА?

Отвечу так: в последние 25 лет в России работало несколько ассоциаций, объединявших производителей косметики, парфюмерии и средств гигиены. В некоторые из них мы входили, но сегодня сохранили членство только в РПКА. Этим объясняется все. Очень хочется пожелать вашей ассоциации продолжать уверенно защищать интересы ее членов – так, как это делал работавший у нас на фабрике в начале XX века француз Эдуард Бо-младший, основавший предшественницу РПКА – первую в России Ассоциацию российских производителей парфюмерии.

