

ПИГМАЛИОН НАШИХ ДНЕЙ – создавая бизнес, влюбляется в него...

Алексей ВОРОПАЕВ

Имя Олега Тинькова известно в России многим, прежде всего по пиву «Тинькофф». Хотя этот бренд он уже и продал холдингу Sun Interbrew три года назад. Также он продал созданные им с нуля сеть магазинов «Техношок» и компанию по производству пельменей и других продуктов быстрого приготовления «Дарья». Сейчас Олег владеет сетью ресторанов «Тинькофф» и активно развивает банк «Тинькофф Кредитные Системы». Нам удалось поймать Олега Тинькова по телефону. Ответы на вопросы получились – как почти всегда у Олега – непринужденными, живыми и, как нам кажется, дающими впечатление о легендарном человеке-бренде...

– Кто, на ваш взгляд, самый успешный человек-бренд в мире?

– Ричард Брэнсон, его Virgin. И Coco Channel.

– В одном интервью вы говорите, что «все делаете правильно, поэтому банки дают деньги». Откуда эта уверенность, что вы все делаете правильно? Бывали ли ошибки, в которых вы можете признаться?

– Все люди совершают ошибки. Я их делаю тоже, но, поскольку много работаю, в конце концов их нивелирую, исправляю. Больших ошибок вроде не делал, так что кредит доверия вроде тоже имеется.

– Еще учась в Ленинградском горном институте, вы познакомились с Олегом Жеребцовым, Олегом Леоновым и Андреем Рогачевым, каждый из которых потом основал свой сетевой проект – соответственно, «Ленту», «Дикси» и «Пятерочку». Поддерживаете ли вы с ними как личные, так и бизнес-отношения до сих пор? Что было у вас общего и в чем отличия – ведь они так и не дали бизнесу свое имя?

– Это все мои друзья до сих пор. Мы редко видимся, пару раз в год, но с удовольствием общаемся. Каждый гениален и странен по-своему. Почему не дали свое имя – не знаю. Андрей вообще непубличен до неприличия, а Олеги просто не захотели.

– Продолжается ли ваш проект с велосипедной командой? Это больше хобби или тоже бизнес?

– Велоспорт и моя команда – это чистая потеря денег, и в большом количестве. Люди, не покупайте велокоманды!

– Вы создаете и продаете бизнесы, но оставляете за собой сеть ресторанов «Тинькофф» – почему? Это самый любимый ребенок?

– Я туда сам хожу по пятницам пиво пить и могу не платить за это. Ну не кайф ли?



– Олег, почему первые создаваемые бренды вы называли не своим именем («Техношок», «Дарья»), а потом вдруг решили-таки дать новому продукту – пиву – свое имя?

– Не знаю, не думал об этом. Пельмени названы именем дочери, однако! Пиво – мужской продукт – так что мое имя.

– Приведу ваши слова: «Я люблю и умею создавать вещи, а не тупо их сохранять». Не жалко бывает расставаться с созданным

брендом? С одной стороны, вы дарите свое имя созданному бизнесу, с другой – расстаетесь с ним и начинаете новый проект. Нет ли тут противоречия?

– Когда я начинаю новый бизнес, я в него влюблен и отдаю ему всю душу, как влюбленный человек – вдохновлен. Потом любовь проходит, и я его продаю. Это как человек, у которого было четыре жены – как Андрон Кончаловский, – он каждую жену заново и крепко любит.