



Азербайджан: бренды, которые олигархи не захотели

Азербайджан

ОБЗОР СТРАНЫ

Первое издание | March 2026

Русское издание (также доступно на английском и китайском)



Brandmine



ОБЗОР СТРАНЫ

Азербайджан: бренды, которые олигархи не захотели

В Азербайджане есть семь потребительских секторов, где подлинно независимые основательские бренды уцелели там, где экономическая экспансия семьи Алиевых не дотянулась, -- в гранатовых садах Гейчайя, бутиковых винодельнях Шамахи, ореховых хозяйствах Загаталы. Возраст этих основателей -- от 58 до 75 лет. Ни один фонд прямых инвестиций, ни одна база данных, ни один аналитик никогда не документировал их как класс. Окно преемственности открыто.

ОСНОВНЫЕ ФАКТЫ

Размер рынка	ВВП \$78 млрд (оценка 2025), 10,2 млн потребителей, сильная нефтяная зависимость, однако ненефтяной потребительский сектор, который девальвация маната 2015–2016 годов вынудила обрести подлинную конкурентоспособность
Уникальное преимущество	Фильтр олигархов -- ключевая аналитическая особенность: 70–80% формально квалифицирующихся потребительских брендов отсеивается при исключении PASHA Holding и аффилированных структур, оставляя узкий, но подлинный слой независимых основателей в аграрной переработке
Главная проблема	Полное отсутствие инфраструктуры PE/VC для выходов из потребительских брендов (весь рынок венчурного капитала -- около \$1 млн), повсеместное политическое влияние на значимые сделки по смене собственников и отсутствие профессионального менеджмента за пределами одной-двух компаний
Фактор времени	Основатели в возрасте 58–75 лет в шести из семи жизнеспособных секторов • основатель крупнейшей потребительской группы страны скончался в начале 2025 года • основатель крупнейшего независимого ритейлера, которому 61 год, не имеет публичного плана преемственности

“Не было ни одного года без испытаний.”

Айдын Талыбов, Основатель и председатель совета директоров, Veyseloglu Group

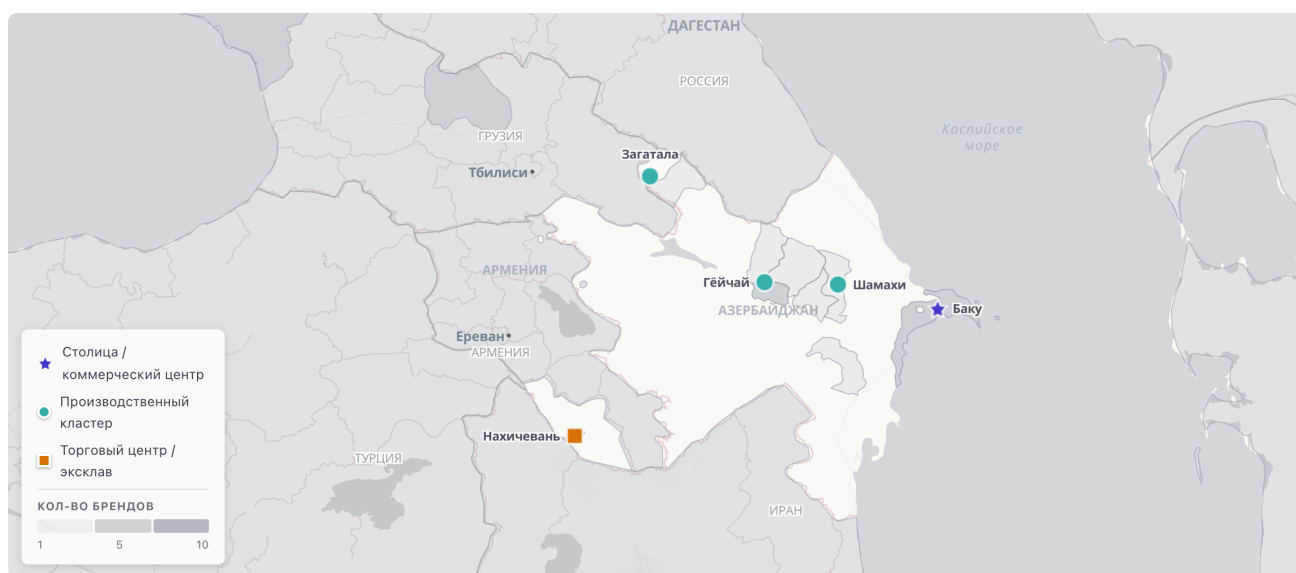
FED.az, 2023

РЫНКИ: Азербайджан

СЕКТОРЫ: Пищевая Переработка · Вино · Сухофрукты и Орехи · Минеральные Воды · Продуктовая и Специализированная Розница · Молочные Продукты · Кондитерские Изделия

ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ

Баку и региональные анклавы — двухуровневая карта предпринимательства



© OpenStreetMap contributors · © CARTO

Карта предпринимательства в Азербайджане двухуровневая: в Баку сосредоточены штаб-квартиры крупных сбытовых сетей, выросших на нефтяном буме, тогда как региональные анклавы — это независимые основатели, которые строили бизнес за пределами нефтяного потока и олигархических связей.

Активность брендов концентрируется по двум осям: кластеры аграрной переработки в регионах (гранатовый Гейчай, ореховая Загатала, винная Шамахи) и коммерческий хаб Баку, где сходятся дистрибуторские сети. Нахичеванский анклав -- неожиданный выброс: из автономии с населением менее 500 000 человек вышли две крупнейшие независимые потребительские группы страны.

* * *

ПОРТРЕТ СТРАНЫ

Самый поразительный коммерческий факт об Азербайджане — не нефтяное богатство. А то, что между массивными олигархическими конгломератами, доминирующими в видимой экономике, и тысячами ремесленных микропроизводителей, заполняющих базары, существует тонкий, но реальный слой подлинно независимых основательских потребительских брендов диапазона \$5–50 млн — сосредоточенных в секторах аграрной переработки, которые правящая семья сочла слишком мелкими для захвата. Гранатовые сады Гейчая, производство фундука в Загатале, бутиковые винодельни Шамахи. Эти бренды экспортируют в дюжину стран. Их основателям от 58 до 75 лет. Ни одна база данных, ни один аналитик, ни один институциональный инвестор никогда не документировал их как класс.

Белая книга № 1 фиксирует синхронизированную волну перехода на развивающихся рынках – основатели эпохи реформ стареют одновременно, институциональные инвесторы не готовы. Азербайджан – это то, как выглядит данная теория в захваченной экономике: фильтр олигархов устраняет 70–80% формально квалифицирующихся брендов, однако выжившие подлинны, независимы и входят в окно преемственности при полном отсутствии инфраструктуры выхода. Разведданные существуют, рассеянные по Trend.az, каталогам AZPROMO и азербайджаноязычной деловой прессе. Они никогда не были собраны воедино.

Отфильтрованная волна

Волна преемственности Азербайджана имеет форму, непохожую ни на одну другую страну в покрытии Brandmine: это отфильтрованная волна. В каждой стране есть структурные ограничения, сужающие пул основательских брендов, отвечающих критериям переходной волны. В Азербайджане этот фильтр – не размер рынка и не языковая непрозрачность, а олигархическая собственность.

Экономический захват семьи Алиевых, осуществляемый прежде всего через PASHA Holding (контролируемый дочерью президента) наряду с Gilan Holding семьи Гейдаровых, доминирует в ритейле, гостиничном бизнесе, текстиле, банковском деле и крупном пищевом производстве. Секторы, выглядящие богатыми на бумаге, – сети ритейла, ресторанные группы, текстильные фабрики – теряют большинство формально квалифицирующихся брендов при применении этого фильтра. Остаётся аграрная переработка: секторы, где реальная независимость была достижима, потому что гранатовые сады и ореховые фермы были слишком мелкими, слишком региональными и слишком специализированными, чтобы правящий круг снизошёл до их захвата.

Когорта основателей, прошедших через этот фильтр, была создана двумя перекрывающимися волнами. Первая волна (1991–1995) захватила ниши в период постсоветского перехода, когда в Азербайджане практически не было частного пищевого производства. В отличие от российских приватизационных олигархов, большинство азербайджанских основателей потребительских брендов строили бизнесы с нуля, а не приобретали советские активы. Вторая волна (1996–2005) воспользовалась стабилизацией нефтяного бума – государственные программы финансировали строительство заводов, развитие виноградарства и продвижение экспорта. Третья, меньшая волна винных и премиальных пищевых предпринимателей появилась после 2005 года, катализируемая Государственной программой виноградарства и кампанией «Сделано в Азербайджане».

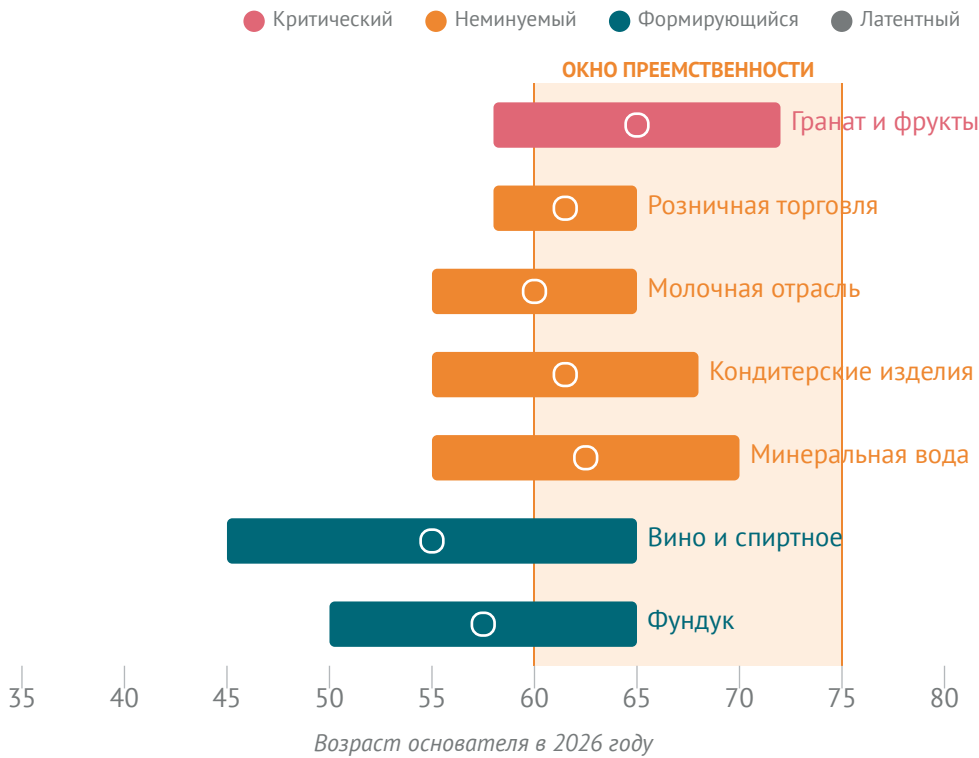
Девальвация маната 2015–2016 годов – совокупные потери около 65% к доллару в ходе двух ударов – стала определяющим кризисным испытанием. Резервы Центробанка рухнули с \$15,2 млрд до \$5,1 млрд. Четыре банка лишились лицензий. Внутренние производители с местными цепочками поставок обнаружили, что их экспорт внезапно подешевел на 50% в долларовом выражении. Импортозависимые предприятия были разгромлены. Девальвация одновременно проверила на прочность каждый потребительский бренд, и выжившие образуют предварительно отфильтрованный пул устойчивых бизнесов. Проблема не в том, что у этих основателей нет кризисной документации. Проблема в том, что кризисные нарративы практически полностью отсутствуют в доступной прессе – макроэкономическая история исчерпывающе задокументирована, но ни один бренд публично не рассказал о своём опыте девальвации.

Основатели первой волны сейчас в возрасте 58–75 лет – прямо в окне преемственности. Основатели в секторе вина (волна после 2005 года) моложе (45–65 лет), давление преемственности будет нарастать через пять-десять лет. В шести из семи жизнеспособных секторов возрастной диапазон основателей перекрывается с зоной опасности.

ВОЗРАСТ ОСНОВАТЕЛЕЙ ПО СЕКТОРАМ

Где находятся азербайджанские основатели в 2026 году

Семь секторов, одно окно – и олигархический фильтр, определяющий пейзаж



Диапазоны возрастов основаны на данных секторного картирования и отраслевых исследований. Окно преемственности (60–75) основано на исследованиях PwC и INSEAD. Источник: анализ Brandmine.

Семь секторов, переживших олигархический фильтр

Картирование секторов Brandmine оценило четырнадцать кандидатных потребительских секторов Азербайджана. Семь прошли фильтр олигархов с подлинной основательской активностью в коммерческом масштабе. Вот где ломается волна.

Сектор, выживший потому, что он никому не был нужен

Сектор переработки граната и фруктов насчитывает примерно 5–8 основательских брендов коммерческого масштаба; при полной глубине исследования реальный пул, вероятно, в три-пять раз больше. Возраст основателей – 58–72 года, срочность преемственности: критическая. Регион Гейчай является эпицентром: здесь проходит ежегодный гранатовый фестиваль и работает Ассоциация производителей и экспортёров с 26 членами. Одна компания уже завершила смену поколений – наиболее чётко задокументированный случай преемственности в семейном бизнесе потребительского сектора Азербайджана. Преемственность задокументирована, но профиль собственности нетипичен: второе поколение характеризует предприятие как «хобби» на фоне первичных инвестиций в нефтегазовый сектор на \$125+ млн, что ставит компанию ближе к портфелю диверсифицированного

миллиардера, чем к подлинно независимому основательскому бренду. Органическая сертификация ЕС, экспорт в 12+ стран и ценовая конкурентоспособность после девальвации делают этот сектор наиболее сильным как по глубине аналитики, так и по коммерческой значимости. Отраслевой обзор включён в исследовательский план Brandmine.

Самый независимый сектор в стране

Сектор вина и крепких напитков насчитывает примерно 5–8 основательских брендов и отличается необычным качеством – он наиболее подлинно независим от олигархического контроля среди всех оцениваемых секторов. Сектор был слишком мал и специализирован, чтобы PASHA или Gilan потрудились его захватить. Возраст основателей – от 45 до 65 лет, срочность преемственности: нарастающая. Государственная программа виноградарства (2012–2020) катализировала волну основания, а международная винная пресса (Decanter, World of Fine Wine, The Buyer) обеспечивает необычно богатую англоязычную документацию. Один основатель – бывший банкир, сделавший ставку на виноделие в разгар девальвационного кризиса 2016 года, – был номинирован на EY «Предприниматель года» и завоевал награду Decanter World Wine Awards. Основатели сектора моложе, чем в гранатовом или ритейл-секторе, – окно преемственности открывается через пять-десять лет. Стратегическая логика здесь – позиционирование «первым пришедшим».

Экспортный коридор на \$116 млн, за которым никто не наблюдает

Азербайджан занимает третье-пятое место в мире по экспорту фундука, ежегодно поставляя продукцию на \$116–124 млн и обеспечивая занятость 60 000 семейных фермерских хозяйств. Примерно 3–5 основательских перерабатывающих брендов работают в коммерческом масштабе; одна компания обрабатывает около 25% национальной торговли фундуком с объёмом экспорта свыше \$22 млн в год. Возраст основателей – 50–65 лет, срочность преемственности: нарастающая. Ferrero закупает азербайджанский фундук с 2016 года. B2B-ориентация на сырьё ограничивает нарратив потребительского бренда, однако торговая ценность и экспортная инфраструктура весьма существенны. Ключевое ограничение – доступность историй: профили основателей доступны лишь через корпоративные источники и торговые ассоциации, а не через пресс-интервью.

Советские бренды-наследие на пороге перехода

Сектор минеральных вод Азербайджана содержит культовые бренды, восходящие к 1940–1950-м годам, – продукты советской эпохи с глубокой потребительской узнаваемостью, приближающиеся к смене собственников. Примерно 3–5 брендов работают в коммерческом масштабе; возраст основателей – 55–70 лет, срочность преемственности: неотложная. Два наиболее узнаваемых бренда были восстановлены в 2002–2003 годах через совместные инвестиции нахичеванских бизнес-групп, что указывает на модель коллективного формирования капитала в тесном эксклюзивном сообществе. Девальвация существенно выиграла у внутренних производителей по мере того, как импортная минеральная вода стала недоступной. Структуры собственности непрозрачны, а связи с нахичеванским истеблишментом добавляют сложности.

Секторы, где часы преемственности тикают громче всего

Три дополнительных сектора демонстрируют значимую основательскую активность. Ритейл и дистрибуция определяется одной исключительной целью – конгломератом стоимостью \$500–800 млн, построенным из \$50, занятым основателем у отца в 1994 году, имеющим 1170+ магазинов, 20 000 сотрудников и награду Deloitte Best Managed Companies. Основателю 61 год, публичного плана преемственности нет. Молочная промышленность насчитывает 3–5 брендов в масштабе, причём крупнейший независимый переработчик финансируется за счёт займа АБР в \$5,9 млн, но операционно непрозрачен – интервью с основателем отсутствуют, несмотря на выручку в \$348 млн. Кондитерская отрасль насчитывает 3–5 игроков в масштабе, ядром которой является нахичеванская группа, чей бренд

вафель Nati завоевал Brand Award Azerbaijan 2024. Срочность преемственности во всех трёх секторах: неотложная.

PASHA, Нахичевань и политэкономия выхода

Структура отфильтрованной волны порождает кризис преемственности, специфический для Азербайджана и непохожий ни на одну другую страну в покрытии Brandmine.

Фильтр олигархов не просто сужает пул – он определяет всю географию и отраслевой состав независимого предпринимательства. Подлинные основательские бренды концентрируются в аграрной переработке потому, что именно здесь независимость была возможна – в садах, фермах и региональных разливающих заводах, мимо которых прошёл экономический захват правящего круга. Это означает, что разрыв инфраструктуры преемственности – не только об отсутствии фондов прямых инвестиций или консультантов по семейному бизнесу. Речь о политической экономии выхода: любая значимая передача собственности в Азербайджане требует неявного политического одобрения. Инвестиционное подразделение семьи Алиевых PASHA Investments действует одновременно как приобретатель и как контролёр. Турецкие стратегические приобретатели, получившие возможность за счёт Преференциального торгового соглашения 2021 года и доступа к тюркскому языковому рынку, представляют единственный реалистичный внешний канал выхода.

Нахичеванский эксклав – неожиданный сигнал. Две крупнейшие подлинно независимые потребительские группы Азербайджана – одна в ритейле, другая в пищевой промышленности – возникли в автономном регионе с населением менее 500 000 человек, отделённом от материкового Азербайджана Арменией. Оба основателя начинали в середине 1990-х с нуля. Оба совместно инвестировали в восстановление заводов минеральных вод. Оба сейчас находятся в окне преемственности. Тесное нахичеванское деловое сообщество создало модель коллективного формирования капитала, которую материковый Азербайджан – где фильтр олигархов более всепроникающий – так и не развил.

Кадровое ограничение отражает политическую экономию. Профессиональный менеджмент редок. Одна компания – ритейл-конгломерат – наняла команду с аудитом Deloitte и вступила в Глобальный договор ООН в 2025 году. По всей видимости, это единственная компания во всём независимом потребительском секторе, начавшая выстраивать инфраструктуру корпоративного управления для постосновательского перехода. Все остальные работают на харизме основателя, личных связях и антикризисных инстинктах, сохранивших бизнес живым через коллапс маната. Ничего из этого не передаётся через организационную структуру.

После Гозала: часы Гёйчая и Загатылы

В начале 2025 года скончался основатель крупнейшей потребительской группы Азербайджана – с выручкой AZN 1,66 млрд, 28 брендами, 6000 сотрудников. Компания имеет задокументированные олигархические связи и находится за пределами критериев независимых основателей Brandmine. Но событие – сигнал. Абдолбари Гозал принадлежал к той же когорте основателей 1991 года, что и каждый независимый основатель потребительского бренда в Азербайджане. Ему было 76 лет. Основатели, построившие гранатовую переработку, экспорт фундука и виноделие в том же реформенном окне, отстают от него на пять-пятнадцать лет – и у них нет планов преемственности, нет институциональных инвесторов и нет PE-инфраструктуры для управления переходом.

Весь рынок венчурного капитала в Азербайджане составляет около \$1 млн. Фондов прямых инвестиций, нацеленных на приобретение потребительских брендов, не существует. Единственные активные институциональные инвесторы – государственная Азербайджанская инвестиционная компания (миноритарные доли), ЕБРР (совместные инвестиции в молочную промышленность и водный сектор) и PASHA Investments – подразделение семьи Алиевых, представляющее собой приобретателя, а не

союзника. Для подлинно независимого основателя, потратившего тридцать лет на строительство бренда в условиях навигации олигархического захвата, варианты выхода таковы: продать турецкому стратегическому приобретателю, продать PASHA или закрыться.

То, что исчезает, когда эти основатели уходят без плана, – не просто бренд. Это знание о том, как строить и поддерживать независимый потребительский бизнес в захваченной экономике: поставщики, пережившие кризис маната, навыки регуляторной навигации, отточенные десятилетиями, коммерческая независимость, которую понадобилось целое поколение, чтобы выстроить. Разведданные для поиска этих брендов, документирования их основателей и оценки их готовности к переходу собираются впервые. Гозалу было 76. Гранатовый основатель в Гейчае в 68, фундучный переработчик в Загатале в 65, шемахинский винодел в 62 – каждый незапланированный выход отдаёт расчёт цены покупателя в руки PASHA Investments или турецкого стратега. Тот, кто уже сейчас отсортировал независимую когорту, меняет конкурентный фильтр на каталог.

КЛЮЧЕВОЙ ВЫВОД

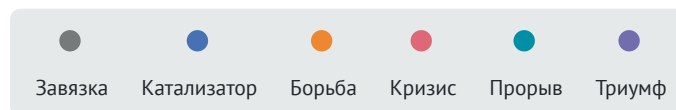
Основатели, построившие независимые потребительские бренды Азербайджана, входят в окно преемственности без единой институциональной инфраструктуры выхода. То, что исчезнет вместе с ними, уже не восстановить.

* * *

ХРОНОЛОГИЯ ТРАНСФОРМАЦИИ

Поколение вне нефтяной системы, 2005–2015

От нефтяного бума ВР до кризиса 2015 года – петродоллары сформировали бакинский предпринимательский класс. Обвал нефтяных цен выявил, кто построил бизнес независимо от сырьевой ренты.



ЗАВЯЗКА 1991

Независимость и экономический коллапс

Азербайджан провозглашает независимость от Советского Союза. Экономика рушится -- к 1995 году ВВП падает на 60%. В стране, где практически нет частного пищевого производства, первые предприниматели захватывают ниши, которые государство не в состоянии заполнить.

КАТАЛИЗАТОР 1994

"Контракт века" с ВР

Нефтяной консорциум под руководством ВР преобразует национальную экономику. Нефтяные доходы начинают поступать, формируя потребительский спрос в Баку -- привлекая международное внимание к столице, -- тогда как первая волна предпринимателей, строивших пищевую переработку и производство напитков в регионах, развивалась без внешних инвестиций и вне поля зрения аналитиков.

КАТАЛИЗАТОР 1994

Veyseloglu основана на \$50, одолженных у отца

29-летний Айдын Талыбов занимает \$50 у отца в Нахичевани, чтобы начать торговый бизнес. За три десятилетия он превращается в конгломерат стоимостью \$500–800 млн с 20 000 сотрудников, 1170+ дискаунтными магазинами и шоколадной фабрикой. Ни один институциональный инвестор так и не принял в этом участия.

КАТАЛИЗАТОР 1998

Волна постсоветской пищевой переработки

Советские консервные заводы и перерабатывающие предприятия приватизируются или отстраиваются заново. Сабирабадский консервный завод (осн. 1982) становится частным ОАО. AzNar модернизирует гранатовые производства в Гейчае. Складывается когорта основателей, которая определит аграрную переработку страны.

КАТАЛИЗАТОР 2005

Пик нефтяного бума и курс на диверсификацию

Нефтяные доходы финансируют государственные программы диверсификации. Государственная программа развития виноградарства и виноделия (2012–2020) катализирует новую волну винных предпринимателей. Кампания «Сделано в Азербайджане» стимулирует ненефтяной экспорт. В ландшафт входит второе поколение основателей.

КРИЗИС 2015

Первая девальвация маната -- 34% за одну ночь

Нефтяные цены обваливаются, центральный банк отказывается от долларовой привязки. В феврале манат теряет 34%. Внутренние производители с местными цепочками поставок обнаруживают, что их экспорт вдруг подешевел на 50% в долларовом выражении. Импортозависимые предприятия разгромлены. Девальвация одновременно проверяет на прочность каждый потребительский бренд.

КРИЗИС 2015

Вторая девальвация маната -- ещё 48% потерь

В декабре манат падает снова. Совокупные потери достигают примерно 65%. Резервы Центрального банка сокращаются с \$15,2 млрд до \$5,1 млрд. Четыре банка лишаются лицензий. Банки семьи Алиевых утраивают совокупную долю рынка. Выжившие выходят с подтверждённой устойчивостью.

ПРОРЫВ 2016

Постпризисный экспортный рывок

Экспорт гранатового сока резко растёт -- азербайджанская продукция становится конкурентоспособной на международных рынках. AzGranata получает органическую сертификацию ЕС. Основывается винодельня Chabiant -- бывший банкир ставит карьеру на вино. Пережившие девальвацию образуют предварительно отфильтрованный пул устойчивых бизнесов.

ПРОРЫВ 2021

Преференциальное торговое соглашение Турции и Азербайджана

Мартовское соглашение 2021 года, заключённое вслед за Шушинской декларацией 2020 года, ускоряет экономическую интеграцию с единственным реалистичным рынком стратегического приобретателя. Общий тюркский язык и культурная близость создают естественный канал выхода, который не может воспроизвести ни один другой класс инвесторов.

КРИЗИС 2025

Смерть основателя Azersun -- крупнейшее событие преемственности в потребительском секторе

В начале 2025 года умирает Абдолбари Гозал -- основатель крупнейшей потребительской группы Азербайджана (выручка AZN 1,66 млрд, 28 брендов, 6000 сотрудников). Хотя связи Azersun с олигархами выводят компанию за пределы критериев Brandmine, это событие сигнализирует: волна перехода достигла всей когорты.

Справочник для контактов

Показатель	Справка
Телефон	+994
Валюта	Азербайджанский манат (m / AZN) – де-факто привязан к доллару (1,7 AZN = \$1 USD с 2017); ЦБАР поддерживает курс валютными интервенциями; курс: sbaг.az
Часовой пояс	UTC+4 (без летнего времени)
Рабочая неделя	Пн–Пт (выходные: сб–вс)
Столица	Баку (Bakı)
Интернет	.az (национальный домен)
Мессенджеры	WhatsApp – основной; Instagram Direct; Telegram – дополнительный
Платёжные системы	Кошелёк m10 (суперприложение) лидирует в рознице; Birbank/PashaPay распространены; карты принимаются; наложенный платёж в регионах
Банковское дело	Подключена к SWIFT; работают карты и переводы; банковская система нефтяной экономики с растущим ненефтяным коридором
Языки	Азербайджанский (официальный); русский используется в бизнесе
Въезд	Электронная виза (ASAN Visa) для большинства национальностей



Об этом исследовании

Этот отчёт основан на 0 верифицированных источниках на 1 языке — первичных документах, интервью с основателями и отраслевой прессе. Каждая цифра и каждое утверждение подтверждены независимыми источниками.

Полная методология на brandmine.ai.

О BRANDMINE

Выдающиеся бренды, основанные предпринимателями. Проверенная устойчивость. Готовы сегодня.

Brandmine предоставляет структурированную аналитику по брендам основателей на развивающихся рынках — исследования на языке оригинала, структурированные для принятия инвестиционных решений, в формате специализированных отчётов.

Контакт: hello@brandmine.ai Аналитические отчёты Brandmine: brandmine.ai/intelligence/

ТАКЖЕ ДОСТУПНО ОТ BRANDMINE

ПРОФИЛЬ УСТОЙЧИВОСТИ БРЕНДА

Полная дуга трансформации, географическая аналитика и бизнес-обзор одного бренда. 15 страниц верифицированной аналитики.

ПРОФИЛЬ УСТОЙЧИВОСТИ ОСНОВАТЕЛЯ

Личная дуга основателя от истоков до прорыва. Верифицировано через исследования на родном языке и первичные источники.

КАРТА РЫНКА

Профили всех верифицированных брендов в секторе — географическое распределение, хронология рынка и обзоры основателей. 25–40 страниц.

СЕКТОРАЛЬНЫЙ АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЁТ

Аналитика по всему сектору. Все бренды — на уровне обзора, плюс полные дуги трансформации шести брендов, каждый из которых представляет отдельный архетип кризиса. 90–120 страниц.

Набор в PT Serif и PT Sans. Вёрстка в Typst. Цвета оптимизированы для профессиональной печати.

Карты созданы с MapLibre GL · Подложка CARTO Positron · © участники OpenStreetMap

Издан одновременно на английском, русском и китайском языках.

Исследование на русском языке.

Первое издание · March 2026

Выдающиеся бренды,
основанные
предпринимателями.
Проверенная устойчивость.
Готовы сегодня.

**Выдающиеся бренды, основанные
предпринимателями.
Проверено 250+ в развивающихся
рынках.**

Профили устойчивости бренда · Профили устойчивости
основателя
Карты рынка · Секторальные аналитические отчёты

Структурированные исследования потребительских брендов
развивающихся рынков, основанных предпринимателями.
Издания на английском, русском и китайском языках.

brandmine.ai/intelligence/

✉ hello@brandmine.ai

🌐 www.brandmine.ai

© 2026 Brandmine. Все права защищены.

v1.0.3