За пределами финансовой отчётности

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ДОКЛАД № 2

Первое издание | Март 2026

Русское издание (также доступно на английском и китайском)

Brandmine

Содержание

Резюме 3
Часть I: Пределы конвенционального дью-дилидженса 4
Часть II: Что такое Narrative Due Diligence — и чем он не является 5
Часть III: Шестифазная дуга как прогностическая модель 7
Часть IV: Конвенциональный аналитический разрыв — задокументирован 9
Часть V: Четыре сигнала роста 12
Часть VI: Полный разобранный пример — Alimentari / Валацца 15
Часть VII: Интеграция NDD в существующий инвестиционный процесс 17
Заключение 20
О Brandmine 22
Приложение A: Источники исследования — Alimentari / Валацца 23
Приложение B: Сравнительные таблицы конвенциональной аналитики 24
Приложение C: Четыре сигнала — стандарты доказательной базы и типология 26

© Brandmine 2026

Предварительная копия для ревью — не для распространения

Резюме

Переживёт ли бренд развивающегося рынка уход основателя — или уничтожит стоимость в процессе? Аналитика, способная это предсказать, находится за пределами всех баз данных институциональных инвесторов. Она — в китайской деловой журналистике, которую ни один англоязычный аналитик не читает. В российских корпоративных реестрах, которые ни одна скрининговая платформа не индексирует на уровне основателя. В малайзийской гастрономической прессе, к которой инвестиционные профессионалы не обращаются.

Всё это — на виду у всех.

Настоящая работа представляет Narrative Due Diligence (NDD) — системную методологию извлечения структурированной инвестиционной аналитики из историй основателей. NDD не заменяет традиционный дью-дилидженс. Она восполняет слой, который он не предназначен покрывать: реакцию основателей на экзистенциальные кризисы, архитектуру преемственности, реальность сигналов экспансии — и то, как бизнес выглядит для читателя на языке рынка.

Методология даёт два структурированных выхода. Первый — шестифазная дуга: прогностическая модель траектории основателя от создания бизнеса через кризис к текущей позиции. Полнота дуги — сигнал качества. Основатель, чья кризисная реакция задокументирована и верифицирована, прошёл испытание, которое неполная запись подтвердить не позволяет. Второй — четыре сигнала роста: «готов к экспорту», «готов к инвестициям», «готов к масштабированию», «готов к преемственности». Каждый маркирует бренд в точке активного перелома — с конкретными порогами доказательной базы и ограниченными по времени инвестиционными окнами.

Методология продемонстрирована на основном разобранном примере: Alimentari, шанхайская группа итальянских ресторанов — 12 точек в пяти городах Китая, публичное обязательство выхода в Гонконг в 2026 году. Стандартные аналитические платформы по этой компании не выдают ничего. Исследование Brandmine задокументировало полную шестифазную дугу, верифицировало два сигнала роста, собрало 36 первичных источников на английском и китайском. Аналитический разрыв — не проблема доступности данных. Это проблема синтеза.

Три дополнительных кейса — Ginza Project (Россия), Bottega Mediterranea (Малайзия), Fanagoria (Россия) — демонстрируют: закономерность сохраняется вне зависимости от географии, сектора и типа сигнала. В каждом случае аналитика существует в публичных источниках. В каждом случае ни одна стандартная платформа её не обнаруживает.

Волна основательских транзитов, задокументированная в первом аналитическом докладе Brandmine, — не прогноз. Это арифметика. Методология обнаружения лучших активов до выхода на рынок существует. Инвесторы, которые выстроят к ней доступ сейчас, будут обладать структурным преимуществом на два десятилетия.

© Brandmine 2026

Часть I: Пределы конвенционального дью-дилидженса

Традиционный дью-дилидженс создавался для определённого типа компании: аудированная отчётность, институциональный состав акционеров, структурированная управленческая команда, юридическая архитектура в рамках западных концепций корпоративного управления. Применённый к основательским бизнесам развивающихся рынков, он систематически задаёт не те вопросы — и упускает нужные.

Natura Siberica, 2019 год — за два года до краха, задокументированного в первом аналитическом докладе Brandmine. Траектория выручки — сильная: бренд удерживал лидерство в российской натуральной косметике. Позиция на рынке — доминирующая. Управленческая структура: основатель как единоличный руководитель — стандартный риск-флаг. План преемственности: не задокументирован — ещё один риск-флаг. Чеклист выдал два флага. Ни один не сообщил инвестору, что $460 миллионов стоимости будут уничтожены за два года. Оба описывали симптомы. Ни один не выявил причину. А причина была конкретной, задокументированной и публичной: основатель заявил в изданной книге, что его команда «угробит всё за год без меня», — и не сделал ничего, чтобы этот исход предотвратить.

Теперь — тот же чеклист, Alimentari: 12 итальянских ресторанов в пяти городах Китая, структура Popolo Group. Управление: основатель-единоличник — риск-флаг. Преемственность: отсутствует — риск-флаг. Структурированная отчётность: ни на одной платформе — риск-флаг. Идентичные флаги по бренду, который пережил 65-дневный шанхайский локдаун 2022 года, пока закрывались сети-ветераны, расширился до двенадцати точек в пяти городах и публично взял обязательство по Гонконгу на 2026 год. Проблема не в качестве исследования. Проблема — в вопросах.

Структурный диагноз прост. Традиционный дью-дилидженс создавался для оценки рисков в компаниях, уже вышедших на институциональные рынки капитала. Не для оценки потенциала в основательских бизнесах, которые никогда не нуждались в привлечённом капитале. Разрыв — архитектурный, не случайный. Все платформы в стандартном стеке инвестора — PitchBook, Crunchbase, Tracxn, Capital IQ, Bloomberg — срабатывают на события рынков капитала: раунды финансирования, заявки на IPO, объявления о M&A. Ресторанная группа без истории привлечения внешнего финансирования генерирует ноль триггерных событий. Она невидима по определению.

Парадокс Euromonitor заостряет суть. Китайский отчёт Euromonitor по ресторанам полного обслуживания называет Alimentari фактором роста наряду с Saizeriya — публичной японской сетью с 1500+ точками в Китае. Секторные аналитики ведущей мировой платформы заметили бренд. Но их собственная платформа не даёт по нему структурированных данных: ни выручки, ни числа точек, ни доли рынка, ни профиля компании. Alimentari — в зазоре: аналитики фиксируют происходящее, а инфраструктура данных не может его оцифровать. Не маргинальный случай — парадигматический.

В стеке институционального инвестора недостаёт не финансовых данных. Недостаёт задокументированной кризисной реакции, архитектуры преемственности, качества сигналов экспансии и — критически — языкового доступа. Аналитика, отвечающая на вопросы, которые традиционный дью-дилидженс задать не в состоянии, существует на китайском, русском и бахаса. На английском её нет. Англоязычная методология даёт тот же результат, что PitchBook: ноль по брендам, которые имеют наибольшее значение.

© Brandmine 2026

Часть II: Что такое Narrative Due Diligence — и чем он не является

Narrative Due Diligence — не качественное исследование, предлагаемое как мягкое дополнение к цифрам. Это системная методология извлечения структурированной аналитики из историй основателей — с конкретными входными данными, определёнными выходами и верифицируемыми источниками.

Что представляет собой NDD: систематическую документацию того, как основатели реагируют на экзистенциальные угрозы. Структура — шестифазная дуга. Выход — верифицированные сигналы с конкретными инвестиционными импликациями. Исследования ведутся на языке рынка — не как пересказ англоязычных материалов.

Чем NDD не является: интервью с основателями; исследованиями на основе LinkedIn; синтезом пресс-релизов; сентимент-анализом; маркетинговым сторителлингом. Каждый из этих подходов производит нарратив без структуры. NDD производит структуру из нарратива.

Различие — практическое. Источниковая база, собранная Brandmine для одного бренда — Alimentari, — содержит 36 верифицированных источников на английском и китайском:

- *Pengpai News* (澎湃新闻), 2023: интервью с Юрием Валаццей, доступное исключительно в экосистеме китайских приложений — не индексируемое внешним поиском, обнаруживаемое только при прямом доступе к платформе. Brandmine классифицирует это как проприетарное исследование.
- *Dianping* (大众点评): 8400 отзывов на флагманской точке, рейтинги по двенадцати локациям, категорийные рэнкинги. Только на китайском. Богатая потребительская аналитика — инвестиционная ноль.
- *Tianyancha* (天眼查): корпоративные реестры — но требующие знания формального названия юрлица, а не бренд-нейма. Поиск «Alimentari» — ноль. Юрлица существуют, но не обнаруживаются по запросу, который ввёл бы исследователь без китайского.
- *That's Shanghai*: англоязычное экспатриантское медиа — ресторанные обзоры, афиша. Инвестиционная аналитика — ноль.
- *Marketplace/NPR* (2013): сильнейший англоязычный первичный источник — подтверждает основание Feidan, фиксирует 30-процентный рост выручки в 2012 году после кризиса продовольственной безопасности. Публично доступный, независимо верифицируемый.

Вывод конкретен: англоязычная методология, применённая к Alimentari, даёт тот же результат, что PitchBook — ноль. Разрыв не географический. Он языковой. Исследователь с китайским получает другую вселенную информации о той же компании. Исследователь с двумя языками и навигацией по экосистеме китайских приложений — полную картину.

NDD даёт два структурированных выхода. Первый — шестифазная дуга (Часть III): прогностическая модель траектории основателя от создания бизнеса через кризис к текущей позиции. Второй — четыре сигнала роста (Часть V): «готов к экспорту», «готов к инвестициям», «готов к масштабированию», «готов к преемственности» — каждый верифицирован по конкретным порогам, каждый маркирует точку активного перелома. Оба выхода верифицируемы. Оба обеспечены источниками. Оба пригодны для решений.

Исследование Alimentari подтвердило закономерность всех четырёх кейсов. Данные существуют — на Dianping, в шанхайских экспатриантских медиа, в китайских реестрах, в российской винодельческой

прессе, в малайзийской гастрономической журналистике. Не собраны. Не связаны. Не интерпретированы. Разрыв — провал синтеза, не отсутствие данных. Всё на виду. Именно это исправляет NDD.

Часть III: Шестифазная дуга как прогностическая модель

Шестифазная дуга — не нарративный приём. Это прогностическая модель. Основатель с полной дугой по всем шести фазам прошёл испытания, которые неполная дуга подтвердить не позволяет. Полнота дуги — сигнал качества основателя, не качества исследования.

Шесть фаз:

1. *Предпосылки* — Предыстория и позиционирование до трансформирующего проекта. Что основатель принёс с собой? Какие структурные преимущества или уязвимости заложены с самого начала?
2. *Катализатор* — Внешнее событие или внутреннее решение, изменившее траекторию. Катализаторы идентифицируемы, датируемы и часто привязаны к макроусловиям, затронувшим весь рынок, — но на которые данный основатель отреагировал иначе.
3. *Борьба* — Накопление препятствий, нарастание напряжения. Борьба — не Кризис. Это длительный период строительства, итераций, инвестиций без видимой отдачи. Фаза, проверяющая терпение. Не экзистенциальная.
4. *Кризис* — Экзистенциальная угроза. Выживание предприятия под вопросом. Для NDD — решающая точка данных: единственная фаза, в которой поведение основателя под максимальным давлением наблюдаемо и документируемо.
5. *Прорыв* — Как кризис стал преимуществом. Конкретные решения или компетенции, позволившие выйти из кризиса сильнее. Не удача, не восстановление рынка — идентифицируемое действие или структурное позиционирование.
6. *Триумф* — Что основатель доказал, а не чего достиг. Не цифра выручки — продемонстрированная способность, верифицированная, обеспеченная источниками, которую инвестор может принять за основу.

Alimentari: шесть фаз документированы

Предпосылки. Юрий Валацца, гражданин Италии. Опыт в логистике и грузовых перевозках (Atlantic Gate). Приехал в Китай и открыл гастрономический магазин Feidan в 2005 году — итальянский продуктовый в Шанхае, первый проект на этом рынке.

Катализатор. Китайский кризис продовольственной безопасности 2012 года. Серия скандалов с контаминацией направила потребителей китайского среднего класса к импортным и сертифицированным продуктам. Выручка Feidan выросла на 30 процентов в 2012 году — верифицировано через репортаж Marketplace/NPR от апреля 2013 года, публично доступный. Катализатором послужило макрособытие; реакция была специфична для Валаццы. В 2012 году в Шанхае работали тысячи продовольственных бизнесов. Один итальянский бакалейщик увидел спрос на импортные продукты как структурный сдвиг, а не временный всплеск, — и выстроил импортную инфраструктуру для его обслуживания.

Борьба. Семь лет экспериментов с форматами — Gemma, Alimentari, Circo, Buco — ни один не масштабируется. Параллельно — строительство Finigate, импортно-дистрибуторской дочки, которая впоследствии окажется ключевой. Со стороны — основатель, не способный определиться. Изнутри — основатель, тестирующий форматы и одновременно возводящий цепочку поставок, которая сделает любой успешный формат защищённым.

© Brandmine 2026

Кризис. Шанхай, март — май 2022. 65-дневный локдаун — один из жесточайших карантинных режимов в мире. Element Fresh — двадцать лет работы — закрылся окончательно. Sherpa's — двадцать три года — прекратил работу. M on the Bund, один из знаковых западных ресторанов, закрылся ещё в феврале. Консульство США эвакуировало персонал. 85 процентов иностранных резидентов публично ставили под вопрос будущее в Китае. Валацца столкнулся с решением, определившим целое поколение иностранных предпринимателей: остаться или уехать.

Прорыв. Он остался. Два десятилетия в грузоперевозках до входа в ресторанный бизнес дали клинический взгляд на сбои цепочек поставок — взгляд, которого не было у чистых рестораторов. В логистике сбои цикличны. Они заканчиваются. Вертикальная интеграция, выстроенная за семь лет борьбы, дала рычаги: пока рестораны стояли, B2B-дистрибуция Finigate продолжала генерировать выручку, поставляя европейские продукты другим бизнесам. Конкуренты закрылись — у них не было дистрибуторской подушки. Прорыв — не одно решение. Это структурное преимущество, годами создававшееся параллельно и активированное кризисом.

Триумф. На пике — шесть городов, включая Чэнду. В 2025 году — консолидация: неэффективные точки закрыты, ресурсы перенаправлены на Ханчжоу и Нанкин. Текущий портфель — двенадцать точек в пяти городах: Шанхай, Пекин, Нанкин, Шэньчжэнь, Ханчжоу. Гонконг заявлен на 2026 год. Finigate дистрибутирует 700+ европейских SKU в тринадцати городах Китая. Alimentari — крупнейший независимый итальянский продовольственный бренд Китая. Единственная ресторанная группа с собственной импортной цепочкой. Консолидация сама по себе — сигнал: основатель, закрывающий нерабочее и перенаправляющий капитал на работающее, демонстрирует дисциплину, которую институциональный инвестор готов финансировать.

Почему полнота дуги обладает прогностической силой

Фаза Кризиса — не биографический колорит. Решающая точка данных. Поведение основателя в момент экзистенциальной угрозы — лучший предиктор того, как он поведёт себя при следующем кризисе. Основатель с задокументированной дугой «Кризис — Прорыв» прошёл испытание. Без таковой — нет.

Этот порог отделяет бренд с полной дугой от бренда с неполной — и отделяет инвестиционную аналитику от фоновых исследований. Полная шестифазная дуга с источниками и верификацией несёт иной риск-профиль. Методология эксплицитна в этом различии.

Bottega Mediterranea — случай неполной дуги. Кризис задокументирован: малайзийский приказ о контроле передвижений, март 2020, рестораны закрыты по всей стране. Nerovivo — конкурирующая итальянская концепция на той же улице Куала-Лумпура — закрылся навсегда. Прорыв задокументирован: гибридная модель Bottega — импорт-магазин-ресторан — выжила, за два года расширилась до четырёх городов. Но полная шестифазная последовательность — особенно ранние фазы — в публичном поле неполна. Поэтому Bottega функционирует здесь как иллюстрация сигнала и географическое доказательство концепции, не как основной разобранный пример. Методология прозрачна в том, что установила и чего не установила.

Часть IV: Конвенциональный аналитический разрыв — задокументирован

Утверждение о том, что стандартные платформы упускают аналитику на уровне основателя, здесь не декларируется. Оно документируется. Систематические поиски по семи платформам в марте 2026 года дали результаты конкретные, верифицируемые и воспроизводимые любым читателем с доступом.

Alimentari / Popolo Group

PitchBook, Crunchbase, Tracxn, Capital IQ, Bloomberg, Dun & Bradstreet: ноль результатов. Нет профиля компании, нет профиля основателя, нет данных о выручке, нет данных о команде, нет истории финансирования. Компания не существует ни на одной институциональной аналитической платформе.

Euromonitor: одно качественное предложение в отчёте по китайскому сегменту ресторанов полного обслуживания, называющее Alimentari фактором роста наряду с Saizeriya (листинг JASDAQ, более 1500 точек в Китае). Ноль структурированных данных — ни выручки, ни числа точек, ни доли рынка, ни профиля компании. Секторные аналитики заметили бренд. Их собственная платформа не может его оцифровать.

Dianping (大众点评): богатые потребительские данные — рейтинги от 4,3 до 4,6 звёзд, более 8400 отзывов на флагманской локации, рейтинги по категориям в нескольких городах. Инвестиционная аналитика — ноль. Dianping подтверждает, что рестораны популярны. Он ничего не говорит о бизнесе за ними.

Tianyancha (天眼查): ноль результатов при поиске по бренд-нейму «Alimentari». Юридические лица существуют под формальными китайскими наименованиями — структурный барьер, а не абсолютное отсутствие. Исследователь, знающий формальное название юрлица, может получить доступ к данным корпоративного реестра. Исследователь, ищущий по бренд-нейму, — не может. Это само по себе проблема синтеза: информация существует, но путь к ней требует знаний, которые ни одна англоязычная платформа не предоставляет.

Ginza Project

PitchBook, Tracxn, Capital IQ, Bloomberg, Reuters: ноль результатов. Crunchbase: заглушка организации — город штаб-квартиры и обобщённое описание. Нет данных о руководстве, структуре собственности, событиях преемственности, финансовых показателях. В январе 2026 года одна из крупнейших ресторанных групп России — порядка 150 точек — потеряла своего основателя. Crunchbase не зафиксировал это событие.

ЕГРЮЛ: существенные структурные данные. ООО «Ginza Project Group» — активно. Марк Лапин — 50 процентов, Дмитрий Сергеев — 50 процентов. История изменений явно фиксирует смену учредителей: Вадим Лапин ⟶ Марк Лапин. Товарные знаки видны. Судебные разбирательства задокументированы.

© Brandmine 2026

Аналитика существует — в русскоязычной государственной базе, которую ни одна стандартная скрининговая платформа не индексирует.

Англоязычная пресса: практически ноль. Одно сообщение о смерти из трёх предложений от переводной службы российского государственного СМИ от 16 января 2026 года. Инвестиционные импликации не обозначены. Анализа преемственности нет. Оценки значения перехода собственности для бизнеса нет.

Bottega Mediterranea

PitchBook, Crunchbase, Tracxn, Euromonitor: ноль. Тринадцать лет англоязычных ресторанных обзоров в *The Star*, *The Edge Malaysia*, *TimeOut KL* подтверждают существование ресторана и высокие оценки. Инвестиционная аналитика — ноль. Ни слова об импортно-дистрибуторском бизнесе, генерирующем основную часть выручки. Ни слова о том, что объект с единственной точкой, державшейся одиннадцать лет, за два года расширился до четырёх городов — закономерность, которая в любом контексте скрининга вызвала бы расследование.

Fanagoria

PitchBook, Crunchbase, Tracxn, Bloomberg: ноль. Ни профиля, ни выручки, ни команды. При этом: ₽8,63 миллиарда выручки (2024), рост 45,5 процента год к году, 800 000 бутылок в Китай ежегодно, единственная в России бондарная мастерская при винодельне, оценки Parker до 97 баллов. Ноль триггерных событий — потому что никогда не привлекала внешний капитал.

Закономерность

Аналитика не отсутствует. Она существует — на Dianping, в ЕГРЮЛ, в *The Star*, в российской отраслевой прессе виноделия, в интервью CEO для *Made in Russia*. Она не собрана, не переведена, не связана, не интерпретирована ни одной платформой, к которой обратился бы институциональный инвестор. Разрыв — это провал синтеза, а не отсутствие данных.

Полные результаты поиска по платформам для всех четырёх брендов, включая уровни доступа и точные поисковые запросы, воспроизведены в Приложении B.

Платформа	Поисковый запрос	Результат	Инвестиционная аналитика
PitchBook	Popolo Group	Ноль	Отсутствует
Crunchbase	Yuri Valazza	Ноль	Отсутствует
Tracxn	Alimentari China	Ноль	Отсутствует
Capital IQ	Popolo Group	Ноль	Отсутствует
Euromonitor	Italian restaurants China	Одно качественное предложение	Только на уровне категории; Alimentari упомянут, но не отслеживается
Dianping	Alimentari	Потребительские отзывы, рейтинги	Популярность подтверждена; инвестиционный тезис отсутствует

© Brandmine 2026

Tianyancha	Alimentari / 阿利曼塔里	Ноль (поиск по бренду)	Сущность существует, но не обнаруживается по названию бренда

Часть V: Четыре сигнала роста

Сигнал	Определение	Инвестиционная импликация	Характеристика окна
Готов к экспорту	Международная экспансия неизбежна или уже идёт, с конкретными датируемыми свидетельствами	Окно трансграничного приобретения или дистрибуции	Закрывается, когда англоязычная финансовая пресса освещает тренд
Готов к инвестициям	Бизнес структурно позиционирован для институционального капитала — масштаб, валидация модели, траектория экспансии	Сигнал тайминга сделки — основатель может не объявлять о намерении	Закрывается, когда вовлечение банкира делает процесс конкурентным
Готов к масштабированию	Валидированный спрос; формат реплицирован за пределами точки основания с задокументированным успехом	Возможность органического роста или миноритарного PE-участия	Активно, пока экспансия продолжается
Готов к преемственности	Транзит основателя приближается, идёт или недавно завершён	Окно приобретения, реструктуризации или партнёрства	Тип 1: срочное; Тип 2: многолетнее

Дуга устанавливает, что основатель сделал. Сигналы роста — что бренд готов сделать дальше. Сигналы — не мнения. Верифицированная, обеспеченная источниками, ограниченная по времени аналитика о бренде в точке перелома.

Пороги доказательной базы — квалифицирующие критерии, дисквалифицирующие, структурные причины, по которым стандартные платформы упускают триггерные события, — задокументированы в Приложении C.

Сигнал 1: Готов к экспорту — Fanagoria

Fanagoria — экспортная готовность при слепоте стандартных платформ. ₽8,63 миллиарда выручки в 2024 году, рост 45,5 процента, 800 000 бутылок в Китай ежегодно через пекинский флагман, открытый в 2016 году. CEO Пётр Романишин провёл торговый блиц по трём городам Китая в Q1 2025 (Пекин, Сиань, Чэнду). К концу 2025 — первые поставки в Израиль и Монголию. PitchBook, Crunchbase, Tracxn, Bloomberg — ноль. Причина: ни одного раунда привлечения внешнего капитала. При этом инвестиционный тезис виден каждому, кто читает по-русски и обращается к правильным источникам. Разрыв — не в доступности данных. В синтезе.

Рыночный контекст усиливает сигнал. Данные китайской таможни, опубликованные *Vino Joy News* в апреле 2025 года, показали рост импорта российского вина в Китай на 192 процента в объёме и на 235

процентов в стоимости год к году — ускорение с низкой базы, которое ещё не попало в англоязычную финансовую прессу. Инвестиционное окно оценивается в 12–18 месяцев. Оно закрывается, когда тренд дойдёт до англоязычного освещения или когда конкурирующие российские винодельни насытят китайский канал.

Сигнал 2: Готов к инвестициям — Alimentari

Инвестиционная готовность — точка, в которой бизнес обладает масштабом, валидацией модели и траекторией экспансии для продуктивного привлечения внешнего капитала. Сигнал не требует от основателя активного привлечения средств. Brandmine не публикует аналитику об активных процессах привлечения капитала.

Alimentari соответствует этому порогу по четырём параметрам. Первый — масштаб: 12 точек в пяти городах Китая с двойной моделью выручки (B2C-рестораны и B2B-дистрибуция через Finigate). Второй — валидация формата: концепция реплицирована в нескольких городах с задокументированной потребительской валидацией в каждой точке — рейтинги Dianping и статус Must-Eat List подтверждают рыночное принятие за пределами города-основателя. Консолидация портфеля 2025 года (закрытие неэффективных локаций и перенаправление ресурсов на более сильные рынки) дополнительно демонстрирует операционную дисциплину. Третий — траектория экспансии: Гонконг-2026 публично заявлен, что является структурным сигналом позиционирования для международного капитала. Четвёртый — снижение рисков: импортно-дистрибуторское подразделение Finigate генерирует B2B-выручку, независимую от ресторанных операций, обеспечивая доходный пол, который институциональный капитал может моделировать. Вымирание конкурентов, задокументированное в Части III, — Element Fresh, Sherpa's, M on the Bund и Camel Group закрылись между 2021 и 2024 годами — валидирует свободное пространство, которое Alimentari теперь занимает.

Инвестор, идентифицирующий Alimentari сегодня, видит бизнес в точке перелома, где внешний капитал ускоряет то, что уже происходит. Сигнал — не о намерениях основателя. Он — о готовности бизнеса.

Сигнал 3: Готов к масштабированию — Alimentari и Bottega Mediterranea

Сигнал масштабной готовности маркирует подтверждённый спрос — момент, когда формат реплицирован за пределами основающей локации, в другой географии, с задокументированной потребительской валидацией. Порог конкретен: одна флагманская точка с сильными отзывами — это не масштабная готовность. Та же концепция, открытая во втором городе с задокументированным успехом, — да.

Alimentari демонстрирует масштабную готовность на продвинутой стадии. От одной флагманской точки на Анфу-роуд в Шанхае группа расширилась до двенадцати точек в пяти городах — проведя консолидацию с более широкого присутствия после закрытия неэффективных локаций в 2025 году. Один и тот же формат — итальянский ресторан полного обслуживания с собственной импортной цепочкой поставок — был развёрнут на каждом рынке. Рейтинги и отзывы Dianping подтверждают потребительское признание в каждой точке. Цепочка поставок перемещается вместе с концепцией — структурная особенность, делающая репликацию осуществимой.

Bottega Mediterranea демонстрирует масштабную готовность на более ранней, но равно поучительной стадии. Риккардо Ферраротти управлял единственной точкой на Джалан-Цейлон в Куала-Лумпуре одиннадцать лет — с 2011 по 2022 год. Затем за два года открылись три новые точки: Пенанг (апрель

2022), Петалинг-Джая (начало — середина 2023) и Джохор-Бару (2024). Тот же гибридный формат импорт-магазин-деликатесы в каждой точке. Открытие в Джохор-Бару — непосредственно на границе с Сингапуром — сигнализирует о региональных амбициях. Как и в случае Alimentari, B2B-дистрибуторская инфраструктура уже выходит за пределы собственных заведений компании. Цепочка поставок предшествует розничной экспансии.

Сигнал 4: Готов к преемственности — типология из трёх типов

Преемственность — не единый сигнал. Она описывает три структурно различные ситуации с различными инвестиционными импликациями, различными временными горизонтами и различными риск-профилями. Brandmine даёт им названия.

Тип 1 — Состоявшийся (предостерегающий). Уход основателя без плана. За ним следует разрушение стоимости. Архетип — Natura Siberica. Андрей Трубников умер без завещания 7 января 2021 года от цирроза печени. Ни плана преемственности, ни завещания, ни совета директоров, ни профессионального управленческого слоя. Три семьи оспорили наследство. В августе 2021 года примерно 60 процентов сотрудников центрального офиса уволились в течение 48 часов. Восемьдесят магазинов закрылось. АФК «Система» приобрела остатки в мае 2023 года за ориентировочные $37 миллионов — при собственной оценке Трубникова в $500 миллионов. Каскад от смерти основателя до дистресс-приобретения занял 28 месяцев. Каждый этап наблюдаем через российскую прессу и судебные реестры. Ни один не был видим через стандартные аналитические платформы.

Три публичных заявления, зафиксированных в общедоступных источниках и оставленных без действия, предсказали именно то, что произошло:

- Август 2018, в изданной книге Белякова: «Надо продать всю эту компанию, пока я жив. Без меня они угробят всё за год!»
- Сентябрь 2020, в интервью на YouTube: «Без меня бизнес проживёт года два».
- 29 декабря 2020 — за девять дней до смерти — в Forbes Russia: «Детям я точно ничего не отдам».

Информация существовала. Системы для её интерпретации не было.

Тип 1 — Приближающийся (предупредительный). Основатель в возрасте преемственности без задокументированного плана. Риск присутствует и наблюдаем через NDD до наступления триггерного события. Семидесятилетний основатель одной из крупнейших ресторанных групп России — лично проектирующий интерьер каждого ресторана, без задокументированной архитектуры преемственности и без зафиксированного операционного участия следующего поколения — представляет тот же структурный профиль, что и Трубников. Наблюдаемо сейчас. До того, как произошло какое-либо разрушение стоимости.

Тип 2 — Завершённый (возможность). Основатель, спланировавший переход до смерти; институт выжил. Игорь Самсонов, основатель ESSE/Satera в Крыму, передал операционное руководство Андрею Синицыну 20 октября 2020 года — за два месяца до собственной смерти от болезни 26 декабря 2020 года в возрасте 46 лет. Он выстроил преемственность в виноделии: Олег Репин воспитал Наталью Дынникову в рамках трёхлетней программы наставничества. Институт выжил. Forbes Russia присвоил ESSE звание «Винодельня года» посмертно, в декабре 2021 — почти ровно через год после смерти Самсонова. Контраст с Трубниковым — тотальный: Трубников заявлял, что бизнес проживёт «года два» без него, и не составил плана. Самсонов подготовил замену, передал руководство ещё при жизни и представил новую продуктовую линейку (ESSE Unplugged) в период болезни. Видение основателя пережило основателя.

Тип 2 — Частичный (возможность). Архитектура преемственности строилась целенаправленно; финальный триггер был незапланированным. Вадим Лапин, основатель Ginza Project — порядка 150 ресторанов, крупнейшая ресторанная группа России по присутствию в Санкт-Петербурге — передал доли в 38 компаниях Ginza своему сыну Марку Лапину в период с 2014 по 2018 год. Передачи задокументированы в ЕГРЮЛ. Марк самостоятельно открыл собственные концепции: Grecco (2020, лучший новый ресторан по версии *Собака.ru* в 2021 году), Mercado del Sol (2021) и MIO Bistrot (2022, вновь лучший новый ресторан). Три последовательные самостоятельные концепции с отраслевой валидацией — операционный послужной список, выстроенный вне семейного бренда. Вадим Лапин умер от рака 16 января 2026 года в возрасте 62 лет. Первое публичное заявление Марка, в *Деловом Петербурге* двенадцать дней спустя: «Бренд Ginza Project неделим». Преемственность была подготовлена. Триггер — нет.

Инвестиционная импликация конкретна. Марк Лапин — проверенный оператор второго поколения, возглавляющий крупнейшую петербургскую ресторанную империю России с подтверждённым самостоятельным послужным списком. Это структурно иное инвестиционное предложение, нежели непроверенный наследник, принимающий роль основателя в условиях давления. Различие невидимо ни одной стандартной платформе. NDD выявляет его систематически.

Часть VI: Полный разобранный пример — Alimentari / Валацца

Методология описана. Дуга продемонстрирована. Аналитический разрыв задокументирован. Каждый сигнал роста проиллюстрирован. Остаётся один вопрос — как всё это работает вместе? Настоящий раздел разбирает один кейс от начала до конца: что возвращает стандартная аналитика по Alimentari, что обнаруживает NDD — и что в результате знает инвестор.

Что возвращает стандартная аналитика

Институциональный инвестор запускает стандартный скрининг по Alimentari. Результат — ноль. Компания невидима для каждой платформы в стандартном аналитическом стеке.

Что обнаруживает шестифазная дуга

Дуга — полностью задокументированная в Части III — обнаруживает основателя со структурным преимуществом, невидимым ни одной финансовой отчётности. Логистический бэкграунд Валаццы дал ему клинический взгляд на сбои цепочек поставок. Семь лет экспериментов с форматами выстроили импортную инфраструктуру Finigate — конкурентный ров компании. Решение остаться в Шанхае во время локдауна 2022 года — задокументированное, датированное, обеспеченное источниками — не было оптимизмом. Это была оценка логиста: сбои цикличны, вертикальная интеграция даёт рычаги, которых нет у операторов с единственным бизнесом.

Фаза Кризиса — решающее доказательство. Element Fresh закрылся после двадцати лет. Sherpa's — после двадцати трёх. Дистрибуторское подразделение Finigate продолжало генерировать B2B-выручку. У конкурентов дистрибуторской подушки не было. Структурное преимущество, созданное фазой Борьбы,

стало видимым только в условиях Кризиса. Традиционный дью-дилидженс оценивает компанию в моменте — и этот тип аналитики зафиксировать не способен. NDD документирует траекторию.

Что обнаруживают сигналы роста

Два верифицированных сигнала с конкретной доказательной базой:

Готов к инвестициям. Масштаб достигнут: 12 точек, пять городов — с консолидацией, демонстрирующей операционную дисциплину. Формат валидирован: концепция реплицирована с задокументированным потребительским признанием в каждой точке. Траектория экспансии: Гонконг-2026 публично заявлен. Снижение рисков: B2B-выручка Finigate независима от ресторанных операций. Бизнес структурно позиционирован для институционального капитала. Brandmine не публикует аналитику об активных процессах привлечения капитала. Сигнал маркирует структурную готовность.

Готов к масштабированию. От одной флагманской точки до двенадцати в пяти городах после консолидации портфеля. Единый формат. Задокументированная потребительская валидация в каждой точке через данные Dianping. Цепочка поставок Finigate перемещается вместе с концепцией — модель репликации заложена в логистическую инфраструктуру, а не зависит от локальных закупок.

Что знает инвестор

Инвестор с доступом к NDD-аналитике по Alimentari знает следующее — ничто из этого недоступно ни на одной стандартной платформе:

Основатель пережил самый жёсткий стресс-тест, который китайский ресторанный рынок предъявил за поколение. Конкурентное преимущество — структурное: вертикальная интеграция через Finigate, а не бренд-позиционирование и маркетинг. Конкурентное поле расчищено — четыре крупных западных сети закрылись между 2021 и 2024 годами, валидируя свободное пространство Alimentari. Экспансия в Гонконг сигнализирует о международных амбициях. Консолидация 2025 года — закрытие нерабочих точек, перенаправление ресурсов на сильные рынки — сигнализирует об операционной дисциплине. B2B-подразделение обеспечивает доходный пол, снижающий риски ресторанных операций.

Что инвестор знает до первого контакта

Открытый вопрос

Вопрос не в том, инвестируем ли Alimentari. Вопрос в другом: следующее капитальное событие будет контролируемым основателем — органическая экспансия на денежном потоке Finigate — или катализированным инвестором — миноритарная PE-доля, стратегическое приобретение? Кто имеет аналитику заранее — вступает в разговор раньше банкира. После открытия в Гонконге окно переоценивается.

Что знает инвестор до первого контакта

Элемент дью-дилидженса	Конвенциональный результат	Результат NDD

Траектория выручки	Данные отсутствуют	Задокументировано через дугу: +30% в 2012 (катализатор); Finigate B2B устоял в локдаун 2022
Управленческая команда	Профиль основателя не найден ни на одной платформе	Полный: Валацца, итальянец, ~20 лет в Китае, логистический бэкграунд
План преемственности	Не задокументирован (риск-флаг)	Неприменимо — основатель в середине карьеры; перспективные сигналы задокументированы
Устойчивость цепочки поставок	Не оценивалась	Finigate верифицирован: 700+ европейских SKU, 13+ городов, двойная выручка
Позиция на рынке	Только макросекторные данные (Euromonitor)	Крупнейший независимый итальянский продуктовый бренд в Китае; собственная импортная цепочка
Инвестиционные сигналы	Не обнаружены	«Готов к масштабированию» + «Готов к инвестициям» — оба верифицированы публичными свидетельствами
Окно экспансии	Не видно	Гонконг 2026 — публичное обязательство; национальная консолидация идёт

Часть VII: Интеграция NDD в существующий инвестиционный процесс

Этап	Конвенциональный инструмент	Роль NDD
Сканирование рынка	Euromonitor, секторные отчёты	Выявить бренды с задокументированными сигналами устойчивости
Идентификация цели	PitchBook, экспертные сети	Выявить дугу основателя и статус сигналов до вовлечения банкира
Предварительный скрининг	Корпоративный реестр, финансовая пресса	Подтвердить полноту дуги; верифицировать доказательную базу сигналов

© Brandmine 2026

Дью-дилидженс	Финансовый аудит, юридическая экспертиза	NDD информирует качественные вопросы; снижает зависимость от экспертных сетей
Пост-закрытие	Оценка менеджмента	Дуга обеспечивает поведенческий базис для ожиданий после приобретения

Narrative Due Diligence не заменяет традиционный дью-дилидженс. Это слой предварительной аналитики — до запуска сделки, когда стоимость информации минимальна, а ценность временного преимущества максимальна.

Где NDD встраивается

Ценность NDD сконцентрирована на первых двух этапах — рыночном скрининге и идентификации объектов. Именно здесь стандартные инструменты возвращают меньше всего, а временное преимущество стоит больше всего. К моменту, когда PE-фонд заказывает экспертный звонок по Alimentari, гонконгское открытие уже состоялось, пресса написала, банкир позвонил — и цена изменилась. Аналитика, существовавшая шесть месяцев назад — заранее собранная, обеспеченная источниками, структурированная — уже встроена в конкурентный процесс.

Живая демонстрация, а не ретроспектива

Настоящая работа написана внутри инвестиционного окна Alimentari. Обязательство по Гонконгу публично. Консолидация портфеля идёт. Ни один банкир — насколько верифицируемо по открытым источникам — ещё не вышел на связь. Это не ретроспективный кейс. Это живая демонстрация.

Временная асимметрия — структурная, не случайная. NDD собирает аналитику до того, как капитальное событие запускает стандартное освещение. Объявление о раунде, назначение консультанта, публикация в *Financial Times* — и аналитика, которую NDD обнаружил месяцами ранее, доступна всем участникам рынка. Преимущество принадлежит тому, кто получил её первым.

Трёхрыночная демонстрация

Alimentari (Китай), Ginza Project (Россия), Bottega Mediterranea (Малайзия), Fanagoria (Россия) — четыре рынка, четыре сектора, четыре типа сигнала. Общее одно: ноль стандартного освещения на уровне основателя. Аналитический разрыв не географический — он структурный. NDD не российская и не китайская методология. Она применима везде, где основательские потребительские бренды существуют за пределами институциональных рынков капитала.

Fanagoria — ₽8,63 миллиарда выручки, 800 000 бутылок ежегодно в Китай — генерирует ровно ноль триггерных событий в пайплайне сбора данных любой стандартной базы. Винодельня с выручкой ₽8,6 миллиарда невидима — потому что в неё никто не инвестировал. Именно тогда её и стоит искать.

© Brandmine 2026

Практическая интеграция

Фонды с пятилетним мандатом проигрывают терпеливому капиталу в сделках с основательскими транзитами. Доверие основателей-операторов выстраивается годами, не кварталами. NDD наиболее ценен для тех, кто начинает отношения до формального процесса сделки — семейных офисов, PE-фондов с длинным горизонтом, стратегических покупателей с мультидесятилетним горизонтом. Заранее собранная аналитика делает первый разговор содержательным, а не ознакомительным — сжимает временную шкалу построения отношений, не подменяя её.

© Brandmine 2026

Заключение

Два исхода

Natura Siberica и Ginza Project. Одна страна. Одно поколение основателей. Одна эпоха. Андрей Трубников создал порядка $500 миллионов стоимости в российской натуральной косметике — и не оставил плана преемственности. Три публичных заявления предсказали именно то, что произошло. Он умер без завещания 7 января 2021 года. За 28 месяцев $460 миллионов стоимости были уничтожены; остатки приобретены по дистресс-цене. Вадим Лапин построил порядка 150 ресторанов в двух крупнейших городах России, четыре года переводил 38 компаний на сына — и умер от рака 16 января 2026 года в возрасте 62 лет. Марк Лапин к тому времени открыл три самостоятельных ресторанных концепции, последовательно получая премию «Лучший новый ресторан». Он возглавил крупнейшую петербургскую ресторанную империю России с подтверждённым операционным послужным списком и 50-процентной долей собственности.

Различие между этими исходами — не рыночные условия, не секторная динамика, не качество бизнеса. Переменная — задокументированное поведение основателя. То, что Narrative Due Diligence обнаруживает систематически — и что каждая стандартная аналитическая платформа упускает полностью.

Малайзийское следствие

Риккардо Ферраротти открыл Bottega Mediterranea в Куала-Лумпуре в 2011 году. Юрий Валацца открыл Feidan в Шанхае в 2005 году. Разные страны, разные регуляторные среды, разные рыночные контексты. Ни одного задокументированного контакта между ними. И тем не менее — идентичный структурный вывод о том, что делает импортно-ресторанный бизнес устойчивым: вертикальная интеграция цепочки поставок, импортно-дистрибуторская деятельность как доходная основа, ресторан как розничное выражение логистического бизнеса.

Поиск имён обоих основателей вместе — ноль результатов. Конвергенция структурна, не скоординирована. NDD обнаруживает закономерность в обоих случаях. Ни одна стандартная аналитическая платформа не обнаруживает её ни в одном.

Как сформулировал Ферраротти в 2016 году: «I could not find the produces that I was looking for at the time when I was working with Nerovivo… therefore I decided to import it by myself, as simple as that». Это предложение кодирует весь структурный тезис — тот же тезис, который Валацца реализовал независимо, в другой стране, в тот же период.

Окно

Ничто из аналитики в настоящей работе не было секретом. Данные по Alimentari — на Dianping и в приложении Pengpai. Преемственность Ginza — в ЕГРЮЛ и *Деловом Петербурге*. Модель Bottega — в *The Star* и дюжине малайзийских гастрономических изданий. Китайский канал Fanagoria — в интервью *Made*

in Russia и данных китайской таможни. Всё на виду. Не хватало синтеза — методологии, чтобы найти, языковой компетенции, чтобы прочесть, и системы координат, чтобы понять, что это значит.

Волна основательских транзитов, задокументированная в первом аналитическом докладе Brandmine, — не прогноз. Это арифметика. Инфраструктура для обнаружения лучших активов до выхода на рынок существует. Кто выстроит к ней доступ сейчас — будет обладать структурным преимуществом два десятилетия.

Полные профили на brandmine.ai

Бренды · Alimentari · Фанагория · Ginza Project · Натура Сиберика

Основатели · Борис и Павел Титовы · Вадим Лапин · Андрей Трубников

Аналитика · Отец и сын на 150 ресторанах · Война за наследство органической короны России

© Brandmine 2026

О Brandmine

Brandmine основан человеком, столкнувшимся с этим аналитическим разрывом изнутри.

Рэндал Истмэн провёл почти два десятилетия в Dragonfly — одном из пионерских сервисных брендов Китая — ровно в тот период сжатого предпринимательства первого поколения, который Brandmine теперь покрывает. С 2003 года он строил систему франчайзинга и портфель товарных знаков, обеспечившие международную экспансию Dragonfly. Провёл переговоры о франшизах в Осло и Дубае — Dragonfly стал первым китайским сервисным брендом с международным франчайзингом. Защитил бренд от оспаривания товарных знаков в Германии и Норвегии. Партнёр с 2005 года, вице-президент по развитию бизнеса, франчайзингу и коммуникациям. С 2016 по 2019 год — генеральный директор: руководил процессом вывода бренда на рынок, работая с PE-фондами и стратегическими покупателями на протяжении трёх лет M&A-переговоров. Владеет китайским и русским языками. Он был там.

То, что он обнаружил, — аналитический разрыв, задокументированный в настоящей работе. Институциональные покупатели с подлинным интересом к бренду не могли его оценить. Dragonfly не фигурировал в PitchBook и ни в какой институциональной базе данных. У аналитиков не было системы координат для оценки китайского сервисного бренда с международным франчайзинговым послужным списком и пятнадцатилетней задокументированной устойчивостью. История бренда существовала в китайской прессе и институциональной памяти — не в формате, пригодном для институционального капитала. Покупатели существовали. Инфраструктура — нет. Своего покупателя он не нашёл.

Brandmine создан, чтобы закрыть этот разрыв. Платформа систематически документирует основательские бренды развивающихся рынков на языках, на которых эти рынки говорят, — английском, русском и китайском, — опираясь на первичные источники на языке оригинала, недоступные англоязычным платформам. Методология настоящей работы — Narrative Due Diligence — продукт этого опыта: структурированный подход к обнаружению дуг «кризис — прорыв», определяющих устойчивость основателя, и четырёх сигналов роста, идентифицирующих окна перехода до того, как они станут предметом конкурентного процесса.

brandmine.ai

brandmine.ai

Приложение A: Источники исследования — Alimentari / Валацца

Исследование Brandmine по Alimentari / Popolo Group основано на 36 верифицированных источниках на английском и китайском языках. Данное приложение перечисляет первичные источники с классификацией происхождения — разграничивая публично верифицируемые источники и собственные исследования Brandmine.

Публично верифицируемые источники

Источник	Дата	Содержание	Происхождение
Marketplace / NPR	Апрель 2013	Основание магазина Feidan; рост выручки на 30% в 2012	Публично доступен
That's Shanghai	2015–2024	Ресторанные обзоры; открытия новых точек	Публично доступен; на английском языке
Закрытие Element Fresh	Дек. 2021	Подтверждено окончательное закрытие после 20 лет	Множественные англоязычные источники
Закрытие Sherpa's	2024	Подтверждено закрытие после 23 лет	Множественные англоязычные источники
Закрытие M on the Bund	Фев. 2022	Подтверждено закрытие	Множественные источники
Закрытие Camel Group	Нояб. 2024	Подтверждено закрытие	Множественные источники
Euromonitor China FSR	2024/2025	Одно предложение с упоминанием Alimentari как драйвера роста	Подписка; ноль структурированных данных

Собственные исследования Brandmine

Источник	Дата	Содержание	Метод доступа
Pengpai News (澎湃新闻)	2023	Первичное интервью с Юрием Валаццей	Китайская экосистема приложений / WeChat
Dianping (大众点评)	Март 2026	8 400+ отзывов на флагманской точке; рейтинги категории	Китайская потребительская платформа
Tianyancha (天眼查)	Март 2026	Данные корпоративной регистрации	Китайский корпоративный реестр; требует название юрлица

© Brandmine 2026

Приложение B: Сравнительные таблицы конвенциональной аналитики

Все поиски проведены в марте 2026 года. Уровни доступа задокументированы. Результаты конкретны, верифицируемы и воспроизводимы.

Alimentari / Popolo Group

Платформа	Уровень доступа	Поисковый запрос	Результат	Инвестиционная аналитика
PitchBook	Институциональный	Popolo Group; Alimentari	Ноль	Отсутствует
Crunchbase	Pro	Yuri Valazza; Alimentari	Ноль	Отсутствует
Tracxn	Подписка	Alimentari China	Ноль	Отсутствует
Capital IQ	Институциональный	Popolo Group	Ноль	Отсутствует
Bloomberg	Институциональный	Alimentari Shanghai	Ноль	Отсутствует
Dun & Bradstreet	Подписка	Alimentari	Ноль	Отсутствует
Euromonitor	Подписка	Italian restaurants China	Одно качественное предложение	На уровне категории; ноль структурированных данных
ZoomInfo	Подписка	Yuri Valazza	Частичные контактные данные	Данные о компании отсутствуют
Dianping (大众点评)	Бесплатно / на китайском	Alimentari	4,3–4,6 звезды; 8 400+ отзывов	Потребительская аналитика; ноль инвестиционной
Tianyancha (天眼查)	Китайская платформа	Alimentari / 阿利曼塔里	Ноль по названию бренда	Структурный барьер обнаружимости

Ginza Project

Платформа	Уровень доступа	Поисковый запрос	Результат	Инвестиционная аналитика
PitchBook	Институциональный	Ginza Project	Ноль	Отсутствует
Tracxn	Подписка	Ginza Project	Ноль	Отсутствует
Capital IQ	Институциональный	Ginza Project	Ноль	Отсутствует
Bloomberg	Институциональный	Ginza Project Russia	Ноль	Отсутствует
Reuters	Открытый	Ginza Project	Ноль	Отсутствует
Crunchbase	Pro	Ginza Project	Заглушка организации	Ни руководства, ни собственности, ни финансовых данных
ЕГРЮЛ	Бесплатно / госреестр	Ginza Project Group Ltd.	Действующее юрлицо; Марк Лапин 50%, Сергеев 50%	Существенная — доступна только на русском
Англоязычная пресса	Открытый	Vadim Lapin death	Одно сообщение в 3 предложения	Ноль анализа преемственности
Русскоязычная пресса	Открытый	Вадим Лапин; Марк Лапин	Интервью; трибьюты; награды	Динамика преемственности; послужной список

© Brandmine 2026

Bottega Mediterranea

Платформа	Уровень доступа	Поисковый запрос	Результат	Инвестиционная аналитика
PitchBook	Институциональный	Bottega Mediterranea	Ноль	Отсутствует
Crunchbase	Pro	Riccardo Ferrarotti	Ноль	Отсутствует
Tracxn	Подписка	Bottega Mediterranea	Ноль	Отсутствует
Euromonitor	Подписка	Bottega Mediterranea	Ноль	Отсутствует
The Star / Edge / TimeOut KL	Открытый	Bottega Mediterranea	13 лет гастрономических обзоров	Ноль инвестиционной аналитики
TripAdvisor / Google Maps	Открытый	Bottega Mediterranea	Потребительские отзывы	Только потребительские данные

Фанагория

Платформа	Уровень доступа	Поисковый запрос	Результат	Инвестиционная аналитика
PitchBook	Институциональный	Fanagoria	Ноль	Отсутствует
Crunchbase	Pro	Fanagoria	Ноль	Отсутствует
Tracxn	Подписка	Fanagoria	Ноль	Отсутствует
Bloomberg	Институциональный	Fanagoria	Ноль	Отсутствует
Русскоязычные источники	Открытый / подписка	Фанагория; Романишин	Выручка ₽8,63 млрд; 800 000 бутылок в Китай	Полная — ограничена русским языком

Сводка

Бренд	Выручка / Масштаб	Конвенциональное покрытие	Покрытие NDD
Alimentari / Валацца	12 точек, 5 городов	Ноль по 6 платформам; 1 предложение (Euromonitor)	Полная 6-фазная дуга; 2 сигнала; 36 источников
Ginza Project	~150 ресторанов; ~1,1 млрд руб.	Ноль; только заглушка Crunchbase	Полная преемственность; послужной список Марка Лапина; цепочка ЕГРЮЛ
Bottega Mediterranea	4 точки, 4 города	Ноль по всем платформам	Частичная дуга; «готов к масштабированию» верифицирован; конвергенция задокументирована
Фанагория	₽8,63 млрд (2024, +45,5% г/г)	Ноль по 4 платформам	«Готов к экспорту»; объём в Китай подтверждён CEO; 12+ источников

© Brandmine 2026

Приложение C: Четыре сигнала — стандарты доказательной базы и типология

Данное приложение — рабочий справочник для аналитика, применяющего систему сигналов роста Brandmine. Оно документирует пороги доказательной базы, критерии дисквалификации и структурную причину, по которой каждый сигнал невидим для конвенциональных платформ.

Уровни доказательной базы: «Готов к экспорту»

Уровень	Описание	Пример
Уровень 1	Сертификация экспортного соответствия	Natura Siberica: ECOCERT, COSMOS, BDIH; производство в ЕС (Таллин)
Уровень 2	Названный зарубежный рынок с подтверждённым объёмом	Фанагория: 800 000 бутылок/год в Китай, подтверждено CEO
Уровень 3	Публичное объявление о конкретном выходе на рынок с датой	Фанагория: Израиль 2025, Монголия конец 2025

Типология преемственности

Тип	Описание	Инвестиционная импликация	Архетип
Тип 1 — Реализованный	Плана нет; уход основателя запускает разрушение стоимости	Возможность дистрессового приобретения	Natura Siberica: $500M → $37M за 28 месяцев
Тип 1 — Приближающийся	Плана нет; риск наблюдаем до события	Позиционирование до события; консультативная возможность	Типовой: 70-летний основатель, план преемственности не задокументирован
Тип 2 — Завершённый	План исполнен; институт выжил	Стабильная платформа для капитала роста	Самсонов / ESSE: директор переведён за 2 месяца до смерти
Тип 2 — Частичный	План в процессе; триггер незапланированный	Проверенный преемник с институциональной поддержкой	Ginza Project: 38 компаний переведены; Марк Лапин — 3 ресторана, 2 награды

© Brandmine 2026

О BRANDMINE

Выдающиеся бренды-основатели на развивающихся рынках. Проверены. Устойчивы. Готовы к инвестициям.

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

Контакт: hello@brandmine.ai **Платформа аналитики:** intelligence.brandmine.ai

ТАКЖЕ ДОСТУПНО ОТ BRANDMINE

ПРОФИЛЬ УСТОЙЧИВОСТИ БРЕНДА

Полная дуга трансформации, геолокационная 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. 20–30 страниц.

ОТЧЁТ ОБ УСТОЙЧИВОСТИ БРЕНДОВ

Аналитика по всему сектору. Все бренды — на уровне обзора, плюс полные дуги трансформации шести брендов, каждый из которых представляет отдельный архетип кризиса. 40–60 страниц.

Платформа аналитики · Скоро

Поисковая платформа по всем брендам, секторам и данным — в разработке.

brandmine.ai

Набор в PT Serif и PT Sans. Вёрстка в Typst. Цвета оптимизированы для профессиональной печати.
Издан одновременно на английском, русском и китайском языках.
Исследование на Английский, Русский, Китайский.
Рецензионное издание · Март 2026

Выдающиеся бренды-основатели на развивающихся рынках. Проверены. Устойчивы. Готовы к инвестициям.

ДОСТУП К ПЛАТФОРМЕ АНАЛИТИКИ

Полные профили устойчивости брендов и основателей
Анализ сигналов роста · Интерактивные карты брендов
Хронология трансформационных дуг · Структурированный экспорт данных

intelligence.brandmine.ai

hello@brandmine.ai

www.brandmine.ai

© 2026 Brandmine. Все права защищены.

v1.0.0