

# ДОСТАВЛЕНО

DHL Express – Excellence. Simply delivered

ЧИТАЙТЕ В ЭТОМ НОМЕРЕ:

**ШАГ ВПЕРЕД**  
СПОРТ НАСТОЯЩИХ  
ДЖЕНТЛЬМЕНОВ  
СТР. 10

**PHOTOSTORY**  
ТЫ ПОМНИШЬ,  
КАК ВСЕ НАЧИНАЛОСЬ... ?  
СТР. 17





## ДОРОГИЕ ЧИТАТЕЛИ!

25 сентября 2019 года DHL отметила 50-летие со дня основания компании, и это событие послужило поводом оглянуться назад и вспомнить, как все начиналось. В нашей традиционной рубрике Photostory мы рады представить вам подборку архивных фотографий. Вы можете вместе с нами оглянуться в прошлое и вспомнить, какой

наша компания была в самом начале своего большого пути.

Одной из наших уникальных сторон, которая позволила DHL из небольшого стартапа превратиться в «самую международную компанию в мире», стало создание собственной авиационной сети, включающей наши три глобальных хаба. В сентябре наши клиенты отправились на экскурсию в хаб DHL в Лейпциге, чтобы своими глазами увидеть, как работает крупнейший сортировочный центр DHL в Европе. Вы можете ознакомиться с их впечатлениями в рубрике «Взгляд изнутри».

Мы продолжаем с удовольствием рассказывать о совместных проектах и достижениях наших клиентов и партнеров. Так, Большой театр России, главный национальный театр, один из основных символов России и российской культуры, давним партнерством и дружбой с которым мы гордимся, запустил интернет-магазин сувенирной продукции. Мы рады сообщить об этом, как и о том, что доставку эксклюзивных товаров из интернет-магазина поклонникам театра по всему миру обеспечивает компания DHL Express.

Главным спортивным событием этой осени стал Кубок мира по регби 2019™, который прошел в Японии и собрал тысячи поклонников игры с овальным мячом со всего мира. Как официальный логистический партнер, DHL осуществляла логистику соревнования, в том числе транспортировку снаряжения для всех 20 команд-участниц. В этом номере мы также рассказываем, какие возможности Япония открывает для бизнеса: развитая экономика, городское население и единый язык делают этот рынок привлекательным для интернет-магазинов. Будем рады, если и у вас получится добиться успеха на этом рынке.

История успеха DHL длится уже полвека. И сегодня, смотря в будущее со всеми его возможностями и вызовами, мы уверены, что DHL продолжит оставаться важным участником мировой торговли, объединяя людей и улучшая их жизнь.

С уважением,  
**Адриан Марли,**  
управляющий директор  
DHL Express в СНГ и странах  
Юго-Восточной Европы



## 4 НОВОСТИ

- DHL ОТКРЫЛА ИННОВАЦИОННЫЙ ЦЕНТР В США ДЛЯ РАЗРАБОТКИ НОВЫХ ЛОГИСТИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ
- КОМПАНИЯ DHL EXPRESS В РОССИИ – ОФИЦИАЛЬНЫЙ ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПАРТНЕР МЕЖДУНАРОДНОГО ФЕСТИВАЛЯ ДИКОЙ ПРИРОДЫ «ЗОЛОТАЯ ЧЕРЕПАХА»
- ПОКЛОННИКИ БОЛЬШОГО ТЕАТРА СМОГУТ ПРИОБРЕСТИ ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ СУВЕНИРЫ С ДОСТАВКОЙ НА ДОМ

## 7 ИСТОРИЯ УСПЕХА С DHL

ФОТОГРАФЫ ВЫБИРАЮТ WOODVILLE

## 10 ШАГ ВПЕРЕД

СПОРТ НАСТОЯЩИХ ДЖЕНТЛЬМЕНОВ

## 12 КАК НАЧАТЬ ПРОДАЖИ В...

BIG IN JAPAN

## 14 ВЗГЛЯД ИЗНУТРИ

СЕРДЦЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКИ

## 17 PHOTOSTORY

ТЫ ПОМНИШЬ, КАК ВСЕ НАЧИНАЛОСЬ...?

## 20 ИНФОГРАФИКА

АВТОПАРК DHL ПОПОЛНИЛСЯ ДЕСЯТИТЫСЯЧНЫМ ЭЛЕКТРОФУРГОНОМ STREETSCOOTER

## 21 DHL SOCIALIZER

## 22 DHL WORLDWIDE

## DHL ОТКРЫЛА ИННОВАЦИОННЫЙ ЦЕНТР В США ДЛЯ РАЗРАБОТКИ НОВЫХ ЛОГИСТИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ



В сентябре DHL открыла Инновационный центр в пригороде Чикаго, США, расширив таким образом зону своего влияния в сфере глобальных инноваций в регионе. Как и в двух других Инновационных центрах DHL, расположенных в городе Тройсдорф недалеко от главного офиса компании в Бонне (Германия) и в Сингапуре, в новом центре будут представлены технологии, которые DHL применяет в регионе. Кроме того, на базе новой площадки будут проводиться исследования и поиск новых решений для повышения производительности и эффективности операций.

«С момента основания DHL в 1969 году инновации являются главной движущей силой нашей компании», – заявил генеральный директор DHL eCommerce Solutions и член совета директоров Группы компаний Deutsche Post DHL Кен Аллен. «Инновационные центры DHL, расположенные по всему миру, позволят нам в полной мере использовать инновационные решения для обслуживания наших клиентов, а также играть важную роль в форми-

ровании логистики будущего. В DHL всегда приветствуются нестандартные решения, которые помогают оказывать нашим клиентам превосходный сервис, и я горжусь, что теперь в странах Северной и Южной Америки у нас также есть инновационная площадка, где мы сможем обсуждать и разрабатывать подобные решения совместно с партнерами».

Суперсовременный Инновационный центр DHL, который располагается на территории более 8 500 кв. м, предоставляет возможности для встреч, взаимодействия и обмена идеями экспертам, ученым, клиентам и партнерам DHL. Открытие Инновационного центра в США стало кульминацией празднования 50-летия компании, которое отмечается в этом году. На церемонии открытия присутствовало более 300 гостей, в числе которых представители ведущих компаний в области логистики и высоких технологий, клиенты официальные лица и руководство DHL.

«Инновации помогают DHL оставаться в авангарде исследовательской деятельности и разрабатывать прин-

ципально новые решения», – отметил глобальный директор по инновационному и коммерческому развитию DHL Маттиас Хойтгер. «Инновационные центры крайне важны для нашего бизнеса, приоритетами которого являются клиентоориентированность и инновационный подход. Это площадки для исследования современных трендов и обсуждения новых идей, которые в дальнейшем могут быть реализованы в бизнес-процессах. Так, например, DHL стала первой использовать роботов для сборки грузов на складах в странах Северной Америки. Благодаря самоуправляемым роботам скорость сборки грузов удалось увеличить на 200%, а это невероятно важно в условиях динамичного рынка глобальной электронной коммерции».

В ближайшие годы DHL продолжит инвестировать в разработку и внедрение новых технологий, которые позволят оптимизировать операционные процессы, улучшить качество обслуживания клиентов, снизить операционные расходы и предложить сотрудникам благоприятные условия труда.

## КОМПАНИЯ DHL EXPRESS В РОССИИ – ОФИЦИАЛЬНЫЙ ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПАРТНЕР МЕЖДУНАРОДНОГО ФЕСТИВАЛЯ ДИКОЙ ПРИРОДЫ «ЗОЛОТАЯ ЧЕРЕПАХА»

В Москве на ВДНХ состоялся XIII Международный фестиваль дикой природы «Золотая Черепаха». Миссия фестиваля – способствовать развитию экологического сознания и поведения людей. Цели проекта во многом перекликаются с глобальными целями Организации Объединенных наций, в том числе связанными с изменениями климата и устойчивым развитием на период до 2030 года.

«Международный фестиваль «Золотая Черепаха» – это масштабный эколого-просветительский проект, дух и философия которого направлены на сохранение дикой природы через искусство. Мы используем социальные и культурные коды, понятные каждому человеку на любом континенте, чтобы сказать о нашей общей цели – сохранении окружающего мира для будущих поколений. Мы верим, что проведение подобных крупномасштабных творческих проектов способно изменять экологическое сознание и поведение людей», – заявил президент фестиваля «Золотая Черепаха» Андрей Сухинин.

Центральным событием фестиваля стала экспозиция работ финалистов и лауреатов международного творческого конкурса «Золотая Черепаха». Посетителям были представлены луч-



шие работы по направлениям «Фотография», «Живопись», «Эко-плакаты», «Природа глазами молодежи», «Природа глазами детей» и «Заповедная Россия».

В этом году конкурс побил рекорды прошлых лет по количеству участников и географии: свои работы прислали 4390 авторов из 117 стран. В силу различных обстоятельств призеры не

всегда могут присутствовать на церемонии награждения в Москве. Доставка призов победителям и лауреатам по всему миру – от Канады до Китая и от Великобритании до ЮАР – обеспечила компания DHL Express, официальный логистический партнер фестиваля, мировой лидер в области международной экспресс-доставки и логистики.

«Сотрудничество нашей компании с Международным фестивалем дикой природы «Золотая Черепаха» является логичным продолжением усилий DHL по защите окружающей среды и сохранению дикой природы. Мы активно продвигаем идею развития экологической осознанности и бережного отношения к окружающей среде и являемся первопроходцами «зеленой логистики», задавая соответствующие стандарты в нашей отрасли. Мы разделяем философию фестиваля и уверены, что, объединяя усилия, мы сможем добиться больших успехов и обеспечить благополучное будущее следующих поколений», – отметила вице-президент по продажам и маркетингу DHL Express в России Анна Клинькова.



## ПОКЛОННИКИ БОЛЬШОГО ТЕАТРА СМОГУТ ПРИОБРЕСТИ ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ СУВЕНИРЫ С ДОСТАВКОЙ НА ДОМ

Большой театр России, главный национальный театр, один из основных символов России и российской культуры, запустил интернет-магазин сувенирной продукции. Доставку эксклюзивных товаров из интернет-магазина поклонникам театра по всему миру обеспечивает компания DHL Express, логистический партнер Большого театра, мировой лидер в области международной экспресс-доставки и логистики.

«Большой театр всегда был и остается одним из главных символов России и одним из самых значительных театров оперы и балета в мире. Мы очень гордимся партнерством, которое многие

годы связывает компанию DHL и Большой театр: мы помогаем создавать масштабные творческие проекты и обеспечиваем логистические потребности театра, предоставляя наш безупречный сервис. Мы очень рады, что наше сотрудничество получило новый вектор развития, и теперь многочисленные поклонники театра и ценители музыкального и хореографического искусства со всего мира смогут с нашей помощью получить изысканные сувениры и сохранить приятные впечатления от Большого театра», – отметил управляющий директор DHL Express в СНГ и странах Юго-Восточной Европы Адриан Марли.

«Большой театр давно сотрудничает с DHL и высоко ценит четкость, оперативность и ответственность этой компании, заслуженно ставшей лидером в своей отрасли. Именно поэтому, запуская новый проект по доставке своим поклонникам сувениров и подарков в разные точки земного шара, Большой театр ни минуты не сомневался в выборе партнера. Ведь Большому театру не только формально репутационно важно сотрудничать с лучшими институциями в своем сегменте, но и практически – чтобы как можно скорее радовать своих почитателей, не обманув их ожиданий», – подчеркнул генеральный директор Большого театра Владимир Урин.

Интернет-магазин Большого театра – это более 100 наименований: фирменные футболки, магниты и открытки, аудио- и видеозаписи спектаклей, книги о театре и его легендарных артистах, элегантные аксессуары – теперь все это можно найти не только на полках сувенирного магазина в историческом здании театра, но и, не выходя из дома, в любое удобное время. Сувениры, представленные в интернет-магазине, могут стать не только прекрасным напоминанием о Большом театре, Москве и России, но и замечательным подарком всем любителям театра, балета, оперы, поклонникам стильных и качественных вещей, а также стимулом посетить одну из постановок театра.

Теперь поклонники театра в удобное время всего в несколько кликов на сайте <https://shop.bolshoi.ru/> могут не только выбрать и приобрести понравившиеся сувениры, но и рассчитать стоимость и оформить доставку «от двери до двери» по всей России и в 220 стран и территорий мира.

В преддверии новогодних праздников в интернет-магазине Большого театра появится новый ассортимент, который будет включать и новогодние подарки: яркие наборы елочных игрушек и, конечно, фигурки Щелкунчика. Спешите порадовать своих близких!



## ФОТОГРАФЫ ВЫБИРАЮТ WOODVILLE

СЕГОДНЯ В ВЕК ВИЗУАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ УСПЕХ КОНТЕНТА ВО МНОГОМ ЗАВИСИТ ОТ КРАСИВЫХ И КАЧЕСТВЕННЫХ ФОТОГРАФИЙ. НАШ ЗАМЕЧАТЕЛЬНЫЙ КЛИЕНТ – КОМПАНИЯ WOODVILLE – ЗНАЕТ ТОЛК В ЯРКИХ КАДРАХ И ПРЕДЛАГАЕТ ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ ФОТОФОНОВ, КОТОРЫЕ ЦЕНЯТСЯ НОВИЧКАМИ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМИ ФОТОГРАФАМИ ПО ВСЕМУ МИРУ. СДЕЛАННЫЕ НА НИХ ФОТОГРАФИИ ВЫХОДИЛИ ДАЖЕ В THE NEW YORK TIMES!

Компания Woodville создает уникальный продукт для фотографов, который позволяет с легкостью создавать атмосферу в кадре. Это фотофоны – поверхности для профессиональной фотосъемки разных размеров, текстур и цветов, о существовании которых даже не сразу догадываешься, листая красочную ленту инстаграма.

«Когда я слышу вопрос: «Чем вы занимаетесь или что продаете?», сразу понимаю, что предстоит долгая беседа», – улыбается основатель и коммерческий директор компании Woodville Екатерина Малая. – «Некоторым сложно понять, что же именно является продуктом, что это не еда или предметы с кадра, не услуги фотосъемки и т. п., а изделие, формирующее фон кадра. Даже если этот этап пройден, то дальше идет сомнение в том, что этот продукт можно продать. А принять тот факт, что это может быть бизнесом с продажами по всему миру с первого раза не удавалось никому».

В настоящее время компания Woodville продает фотофоны в более чем 70 стран мира. Половина всех продаж приходится на Россию, а в мире ситуация распределяется следующим образом: 60% приходится на Северную и Южную Америку (США, Канада, Чили, Бразилия, Пуэрто-Рико), 25% – на Европу (от Великобритании до Молдавии) и по 5% – страны Азии и Ближнего Востока, Австралия и Новая Зеландия.



#### ПРИНЦИПЫ БИЗНЕСА WOODVILLE\*

«Наша цель быть лидерами своего рынка, поэтому мы ориентируемся на других лидеров бизнеса. Несмотря на совершенно другое поле деятельности, нам очень близки базовые принципы Google», – отмечает коммерческий директор компании Woodville Екатерина Малая.

#### \* АДАПТИРОВАННЫЕ 10 ПРИНЦИПОВ GOOGLE

1. Интересы пользователей превыше всего
2. Лучше делать что-то одно, но действительно хорошо
3. Чем быстрее, тем лучше
4. Мы верим в то, что хороший фон – основа хорошего кадра
5. Чтобы снимать, необязательно иметь зеркалку
6. Бизнес должен приносить пользу всем
7. Фонов больше, чем кажется
8. Фоны должны быть доступны всем
9. Серьезным можно быть и без галстука
10. Всегда можно сделать лучше

Фотофоны заказывают совершенно разные клиенты: это и блогеры, для которых инстаграм является основным или важным источником дохода, и домохозяйки, которые любят готовить и делиться своими рецептами с подружками, и профессиональные фотографы, которые снимают для стоков и известных брендов. «С нами работают напрямую компании, которым нужен контент для своих интернет-ресурсов. Множество ресторанов и инстаграм-магазинчиков, которым нужно красиво презентовать свою продукцию, начиная от ювелирных украшений и заканчивая одеждой», – отмечает Екатерина Малая.

При этом фотофоны – безусловно, не массовый продукт и не в каждой стране найдется местный производитель. Большинство локальных компаний, предлагающих подобную продукцию, – это маленькие ремесленные мастерские, которые не могут предоставить качественный сервис в связи с ограниченностью ресурсов и отсутствием специализации. Woodville же предлагает клиентам широчайшую линейку продукции в наличии, где можно найти фон практически под любой проект, высочайший уровень сервиса и максимально быструю и прозрачную доставку, что позволило завоевать сердца покупателей по всему миру.

«Российский клиент – один из самых избалованных в мире, ему нужна масса внимания, и даже в этом случае вероятность того, что он останется недоволен, очень высока. Американцы и европейцы – более позитивные и дружелюбные, с большей лояльностью и пониманием реагируют на какие-то проблемы, которые, безусловно, возникают, особенно в начале пути. Вам простят многое за по-

зитивный настрой, дружелюбный сервис и внимание к желаниям и потребностям клиента», – делится основатель и коммерческий директор компании Woodville Екатерина Малая.

Запустив пилотные продажи, основатели компании очень вдумчиво подошли к работе с международным направлени-



ем, понимая, что менталитет российского, европейского и ближневосточного клиента очень отличается, и один и тот же кейс может решаться совершенно по-разному, в зависимости от региона продаж. Поэтому было важно, чтобы сотрудник поддержки клиентов не только хорошо говорил по-английски, но и имел опыт работы в международных проектах. «В итоге нам удалось заполучить в команду человека, который имел опыт работы в международном проекте, отвечая за его российскую и частично восточноевропейскую часть, имел опыт построения с нуля службы клиентской и технической поддержки и одновременно

увлекался фуд-фотографией! Счастлирое совпадение или удача, как угодно, но именно такие встречи определяют вектор развития», – подчеркивает Екатерина.

В настоящий момент в команде Woodville – 15 человек. На ключевых позициях сотрудники работают с открытия компании или старта данной вакансии. В проекте удалось объединить творческих людей: художников-декораторов и опытных менеджеров-управленцев. Так как проект сильно завязан на творчество, все сотрудники отдела контроля качества имеют художественное образование. Ведущий столяр имеет 30-летний опыт работы и может сделать из дерева абсолютно все, поэтому деревянные фоны Woodville похожи, скорее, на произведения искусства, чем просто на покрашенные доски. В компании почти нет текучки кадров, здесь дорожат каждым членом коллектива и очень кропотливо отбирают новых людей. «Раз в год мы проводим кастинг на декоратора среди целого выпуска факультета дизайна. Нам важно, чтобы к нам приходили действительно талантливые люди, у которых есть видение цвета, формы, фактуры», – отмечает основатель Woodville Екатерина Малая.

Компания Woodville стремится оказывать своим клиентам качественный сервис и при выборе подрядчиков ориентируется на тех, кто разделяет эту философию. DHL сотрудничает с Woodville с апреля 2019 года и успела зарекомендовать себя как надежного партнера. Как отмечают в компании Woodville, высокое качество сервиса, автоматизация и прозрачность большинства процессов снимают страх клиентов при заказе продукции из-за границы. «Доставка DHL



в кратчайшие сроки, близкие к скорости телепортации, на наших клиентов производит вау-эффект. Как только курьер принимает у нас груз, клиент получает уведомление о том, что его заказ в пути. С DHL можно работать по принципу «отправил и забыл» и быть уверенным, что посылка будет доставлена. Нам теперь не нужно отслеживать статусы отправок, тратить время на выяснения, почему завис груз и когда он будет доставлен, а можно полностью сконцентрироваться на своей работе», – подчеркивает Екатерина Малая.

Оглядываясь на пройденный за последние годы путь по развитию международных продаж, Екатерина понимает, как много сложностей пришлось преодолеть, сколько шишек было набито и какой накоплен опыт. При этом компания непрерывно ведет работу по поиску и созданию новых текстур для фонов и стремится улучшать свой сервис. В частности, Woodville ведет переговоры о дистрибуции продуктов российских производителей, смежных по тематике. Компания готова предложить им свой канал продаж и экспертизу по экспорту, чтобы они смогли сконцентрироваться на производстве качественного продукта. Кроме того, совместно с компанией DHL готовится к запуску сервиса по предоставлению клиентам Woodville возможности оплатить сбор за таможенное оформление товара сразу на сайте компании. «Мы понимаем, что это позволит сделать расходы клиента более предсказуемыми и снять его волнения перед взаимодействием с таможней», – отмечает Екатерина.

# СПОРТ НАСТОЯЩИХ ДЖЕНТЛЬМЕНОВ

КОМПАНИЯ DHL ВЫСТУПИЛА ОФИЦИАЛЬНЫМ ЛОГИСТИЧЕСКИМ ПАРТНЕРОМ КУБКА МИРА ПО РЕГБИ 2019™, КОТОРЫЙ ПРОШЕЛ ЭТОЙ ОСЕНЬЮ В ЯПОНИИ. DHL ОСУЩЕСТВЛЯЛА ЛОГИСТИКУ СОРЕВНОВАНИЯ, В ТОМ ЧИСЛЕ ТРАНСПОРТИРОВКУ СНАРЯЖЕНИЯ ДЛЯ ВСЕХ 20 КОМАНД-УЧАСТНИЦ ЧЕМПИОНАТА. В КУБКЕ МИРА ВТОРОЙ РАЗ В ИСТОРИИ УЧАСТВОВАЛА И СБОРНАЯ РОССИИ.

В 2023 году регбийный мир отметит 200 лет возникновения одной из самых зрелищных и популярных командных игр. Достаточно сказать, что завершившийся в Японии Кубок мира по регби уступает по своей телеаудитории только Чемпионату мира по футболу и летним Олимпийским играм. В России, конечно, в отличие от Англии или Новой Зеландии, да и той же Японии, далеко не в каждой школе, университете и даже не в каждом городе есть своя регбийная команда, как нет и специальных регбийных стадионов на 30 – 80 тысяч зрителей и чемпионатов на уровне каждого региона. Тем не менее, в истории российского регби были периоды бурного развития и триумфальных побед. Сейчас внимание к регби в России возросло многократно, особенно на фоне успехов наших регбистов на европейских чемпионатах и их участия в Кубке мира-2019.

В игры, напоминающие регби, люди играли еще в древности. Римские легионеры, индейцы Южной Америки, жители Древнего Египта делились на команды и пытались забить мяч в чужие ворота. В начале нашей эры благодаря римлянам об этой игре узнали на Британских островах. Правила были весьма расплывчаты: так, в средневековой Англии и Шотландии просто собирались две толпы и делали все, чтобы загнать мяч на сторону противника. Чем больше было пыла и азарта, тем более удачно прошедшим считался матч. Однако единых правил игры в регби не существовало очень долгое время – по сути, многие столетия. Даже когда уже



Накануне Кубка мира по регби 2019™ компания DHL при поддержке Федерации регби России в рамках международного проекта Match Ball Delivery («Доставка мяча на матч») проводила конкурс для детей «Регби – моя игра». Главный приз – поездку на Кубок мира по регби 2019™ в Японию – выиграл 14-летний Максим Чумаков из Пензы, и именно он вынес на поле и передал рефери мяч перед началом матча между сборными России и Шотландии.

в более цивилизованных XVII – XVIII веках встречались для матча команды из разных городов или учебных заведений, обычно по поводу правил возникало множество споров и разногласий. Собственно датой возникновения регби считается день, когда по легенде ученик английского колледжа Уильям Уэбб Эллис схватил мяч руками с намерением просто перенести или перебросить его в «город» соперников. Вопиющее нарушение принятых тогда правил стало толчком к созданию новой игры –

имя Уильяма Эллиса вошло в историю, а игра стала носить название городка, где проходил этот матч – Регби в графстве Йоркшир. И сегодня здесь можно увидеть на стене колледжа мемориальную доску, которая гласит: «Пусть эта доска напоминает о славном деянии Уильяма Уэбба Эллиса, первого, кто осмелился нарушить правила, схватил мяч руками и побежал с ним. Так возникла игра регби в 1823 году».

Как и во многие страны мира, регби попало в Россию благодаря Велико-

британии и, по оценкам некоторых экспертов, стало известно раньше, чем футбол. Российские регбисты намеревались принять участие в Олимпиаде 1912 года в Стокгольме, но турнир тогда не состоялся. О том, что регби было известно еще в Российской империи, свидетельствуют сохранившиеся кадры кинохроники того времени. Первый официально зарегистрированный матч регбистов прошел в Москве в 1923 году на стадионе «Буревестник» (на месте нынешнего с/к «Олимпийский»), где на поле встретились команды Общества физического воспитания трудящихся и Московского речного яхт-клуба. В 1934 году состоялся первый чемпионат Москвы по регби, к тому времени в столице и других городах появились уже свои команды. В 1936 году состоялись первые чемпионаты страны как по футболу, так и по регби.

Широкое распространение регби в бывшем СССР получило после Всемирного фестиваля молодежи и студентов в Москве в 1957 году, в рамках которого состоялся регбийный турнир. Французский журналист Жан Но писал тогда: «Утверждать, что трибуны детского стадиона в Лужниках, где проходило регби, были переполнены, значит сказать только половину правды. Все пространство вокруг поля было забито до отказа. В коробке сардин можно скорее найти свободное место!» Вскоре были созданы команды в Московском высшем техническом училище им Н. Э. Баумана (МВТУ), Московском авиационном институте (МАИ) и Воронежском лесотехническом институте. В 1967 году была создана Федерация регби СССР, которую возглавил заслуженный летчик-испытатель СССР, заслуженный мастер спорта СССР, Герой Советского Союза, сын знаменитого авиаконструктора Владимир Сергеевич Ильюшин. С 1968 года стали регулярно проводиться Всесоюзные первенства по регби.

В новейшей истории нашей страны возрождение регби связано с началом нового тысячелетия. Сначала это произошло в Сибири – в Красноярске, который считается центром российского регби. Другие главные регбийные регионы с замечательными традициями – Санкт-Петербург, Кемеровская, Ростовская, Пензенская

области, Краснодарский край, Республика Татарстан. Самым титулованным клубом отечественного регби является «ВВА-Подмосковье» из Монино Московской области, в российской истории больше всего чемпионских званий – у красноярского «Енисей-СТМ».

В настоящее время в регби играют более чем в 100 странах мира, прежде всего, в Европе, Африке, Южной Америке и тихоокеанском регионе. Первый Кубок мира по регби был сыгран в 1987 году, его обладателями стали спортсмены Новой Зеландии. Сборная России дебютировала на Кубке мира в 2011 году, который проходил в Новой Зеландии. Россияне, несмотря на по-

но «медведи» показали качественную игру, навязывая соперникам свой стиль и добиваясь результатов. В послематчевых интервью капитан россиян Василий Артемьев отметил, что выполнена главная задача – мир увидел, что в России есть достойное регби.

В последние годы спорт настоящих джентльменов набирает все большую популярность в России: растет интерес поклонников этой захватывающей и эмоциональной игры, мальчишки и девчонки по всей стране приходят в регбийные секции, в некоторых регионах игра включена в программу уроков физкультуры, формируются университетские команды.



ражения во всех четырех матчах, стали первой командой-новичком чемпионата, которой удалось на своем первом мировом форуме сделать 8 попыток. Вторая возможность принять участие в главном регбийном событии появилась только спустя 8 лет. 20 сентября в Токио национальная сборная России по регби открывала девятый Кубок мира игрой с хозяевами чемпионата – сборной Японии. Сборная России противостояла не только хозяевам турнира, но и лучшей команде Азии, которая не пропустила ни одного Кубка мира и которую поддерживали на стадионе пятьдесят тысяч болельщиков! В одной группе с Россией помимо Японии оказались команды Самоа, Ирландии и Шотландии. Накануне чемпионата в рейтинге World Rugby наша сборная занимала 20 место, а ее соперники находились выше в этом «табеле рангов».

На регбийной карте Европы Россия отмечена международными турнирами и матчами. Прежде всего, ранней весной проходят туры чемпионата Европы по регби (Краснодар, Сочи, Калининград). Каждый год в Москве и Казани проходят этапы чемпионата Европы по регби-7 среди мужских и женских команд, Санкт-Петербург принимает Кубок европейских чемпионов по регби-7. В 2019 году в Калининграде состоялся Чемпионат Европы по регби среди юниоров (U18), место проведения которого решением Rugby Europe сохранено за Россией и на следующий год. И не исключено, что однажды мы станем свидетелями Кубка мира по регби, который пройдет в России.

По материалам пресс-службы Федерации регби России

# BIG IN JAPAN

Япония – страна с четвертым по величине и одним из самых быстрорастущих рынков электронной коммерции в мире. Развитая экономика, городское население и единый язык делают рынок привлекательным для интернет-магазинов.



## СТРУКТУРА ЭКОНОМИКИ ЯПОНИИ

**69,3% УСЛУГИ**  
**29,7% ПРОИЗВОДСТВО**  
**1% СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО**

## ИНДУСТРИИ С НАИБОЛЬШИМ ПОТЕНЦИАЛОМ ДЛЯ ЭКСПОРТА В ЯПОНИЮ

### НЕФТЬ

Импорт нефтепродуктов в Японию находился в свободном падении в последние несколько лет. Но цифры 2017 года показывают, что в этом сегменте начались изменения к лучшему. Так, например, за 2016 – 2017 годы на 25% вырос импорт нефтепродуктов и неочищенной нефти.

### ГРУЗОПАССАЖИРСКИЕ АВТОМОБИЛИ

Сегмент специальных грузовых автомобилей, какие можно встретить в аэропорту или на железной дороге, с 2012 по 2016 год рос на 28% ежегодно. И нет никаких признаков снижения спроса. Также рост показывают автобусы и запчасти для них.

### ЭЛЕКТРОНИКА

Смартфоны – большая часть импорта, хотя этот рынок довольно волатилен. С другой стороны, растет импорт компонентов для электроники, таких как микросхемы и инструменты для производства микропроцессоров.

### ТУРБИНЫ

Рынок турбореактивных двигателей, винтовых двигателей и турбинных деталей – одна из немногих категорий импорта, которая показывает стабильный рост с 2013 года. Импорт этих товаров в Японию в 2017 году составил \$6,5 миллиардов.

### ЕДА И ЗДОРОВЬЕ

Японский рынок сходит с ума по здоровым продуктам. Сегмент онлайн-продаж в сфере продуктов питания и продуктов для ухода за собой растет в Японии на 8,2% ежегодно.

## БЛАГОСОСТОЯНИЕ

Япония – родина 62 компаний из списка Fortune 500 (Toyota, Canon, Sony, Nissan, Hitachi, Toshiba – список можно продолжать), а в Токио – самая высокая концентрация миллионеров в мире.



Водят к тому, что в Японии самый высокий процент жителей старше 65 лет, чем где бы то ни было в мире. Для Японии это плохо. Но это открывает возможность продавать товары более зрелой и зажиточной аудитории.

## ОНЛАЙН-ПРОДАЖИ В ЯПОНИИ

Сегмент онлайн-продаж в Японии переживает бум. Его рост в 2016 году составил 8.7%, и нет никаких предпосылок замедления темпов роста.

Интернетом пользуется 91% населения, и как минимум 70% жителей страны совершают покупки онлайн, составляя 2.8% ВВП Японии.

**\$105 млрд** Объем выручки в сегменте онлайн-продаж в 2018.

**6.2%** Ожидаемый рост сегмента онлайн-продаж в 2018 – 2022.

## САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ТОВАРЫ ДЛЯ ОНЛАЙН-ПОКУПОК:

- Продукты питания и средства по уходу за собой  
\$19.8 млрд в 2018  
Рост в 2018 – 2022: 8.2 %



- Мебель и бытовая техника  
\$20.8 млрд в 2018  
Рост в 2018 – 2022: 6.2%



- Мода  
\$16 млрд в 2018  
Рост в 2018 – 2022: 6.4%

## 34-Е МЕСТО В РЕЙТИНГЕ ИЗ 190 СТРАН

Япония – страна с третьей по величине экономикой в мире, но все еще отстает от других передовых государств в рейтинге стран по легкости ведения бизнеса, составляемому Всемирным Банком, занимая 34-е место из 190 стран. Почему? Основать компанию, получить кредит и выплатить налоги – все это может здесь оказаться сложнее, чем в других странах.

## СНИЖЕНИЕ ЧИСЛЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

По подсчетам численность населения Японии составляет 127 миллионов человек (2016 год), но по прогнозам она снизится до 100 миллионов или ниже к 2050 году.

## СТАРЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ

Стареющее население Японии одновременно с низкой рождаемостью при-



- Электроника  
\$23 млрд в 2018  
Рост в 2018 – 2022: 5.4%



- Хобби, игрушки и товары DIY  
\$24 млрд в 2018  
Рост в 2018 – 2022: 5.1%

## ТОРГОВАЯ ПОЛИТИКА И ТАМОЖЕННЫЕ ПРАВИЛА

¥10,000 – норма на беспошлинный ввоз товаров

## ОФОРМЛЕНИЕ ДОКУМЕНТОВ

Импортёры в Японию декларируют товары, используя форму C-5020 с указанием следующей информации:

- Счет-фактура
- Товаро-транспортная накладная или авианакладная
- Сертификат о происхождении продуктов (если применимы тарифы ВТО)
- Единая система тарифных преференций, сертификат о происхождении (Form A) (если применимо)
- Товарная накладная, счет за перевозку, страховое свидетельство и т. д.
- Лицензии, сертификаты и прочие документы, требуемые по закону и нормативным правилам дополнительно к таможенному законодательству
- Подробное заявление об освобождении от уплаты таможенных пошлин и акцизов (или их сниженной ставке), если применимо
- Квитанция об оплате таможенной пошлины (если товары подлежат обложению пошлиной)

## ОТВЕТСТВЕННЫЕ ОРГАНЫ

Таможенная служба Японии  
Поддержка предприятий малого и среднего бизнеса Японии  
Торгово-промышленная палата Японии  
Ассоциация по тарифам Японии



## СЕРДЦЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКИ

КАЖДУЮ НОЧЬ В ХАБЕ DHL В ЛЕЙПЦИГЕ ПОЛУЧАЮТ, СОРТИРУЮТ И ОБРАБАТЫВАЮТ СОТНИ ТЫСЯЧ ГРУЗОВ. ИМЕННО СЮДА НАПРАВЛЯЮТСЯ ДОКУМЕНТЫ И ГРУЗЫ, СЛЕДУЮЩИЕ ИЗ РОССИИ ПО ВСЕМУ МИРУ ЧЕРЕЗ ЕВРОПУ И НАОБОРОТ. В СЕНТЯБРЕ КЛИЕНТЫ DHL EXPRESS В РОССИИ ОТПРАВИЛИСЬ НА ЭКСКУРСИЮ В ЛЕЙПЦИГСКИЙ ХАБ, ЧТОБЫ СВОИМИ ГЛАЗАМИ УВИДЕТЬ, КАК РАБОТАЕТ КРУПНЕЙШИЙ СОРТИРОВОЧНЫЙ ЦЕНТР DHL В ЕВРОПЕ.

Хаб DHL в Лейпциге – самый современный сортировочный центр в Европе – был открыт в 2008 году. Новый терминал площадью 40 тыс. кв. м, открытый в 2016 году, удвоил площадь производственных мощностей сортировочного центра. В настоящий момент его общий размер эквивалентен 11 футбольным полям. Здесь применяется новейшая, первая такого рода в отрасли технология сортировки. Это комбинация целого ряда инновационных конвейеров, которые обеспечивают полностью автоматизированную обработку грузов весом до 170 кг.

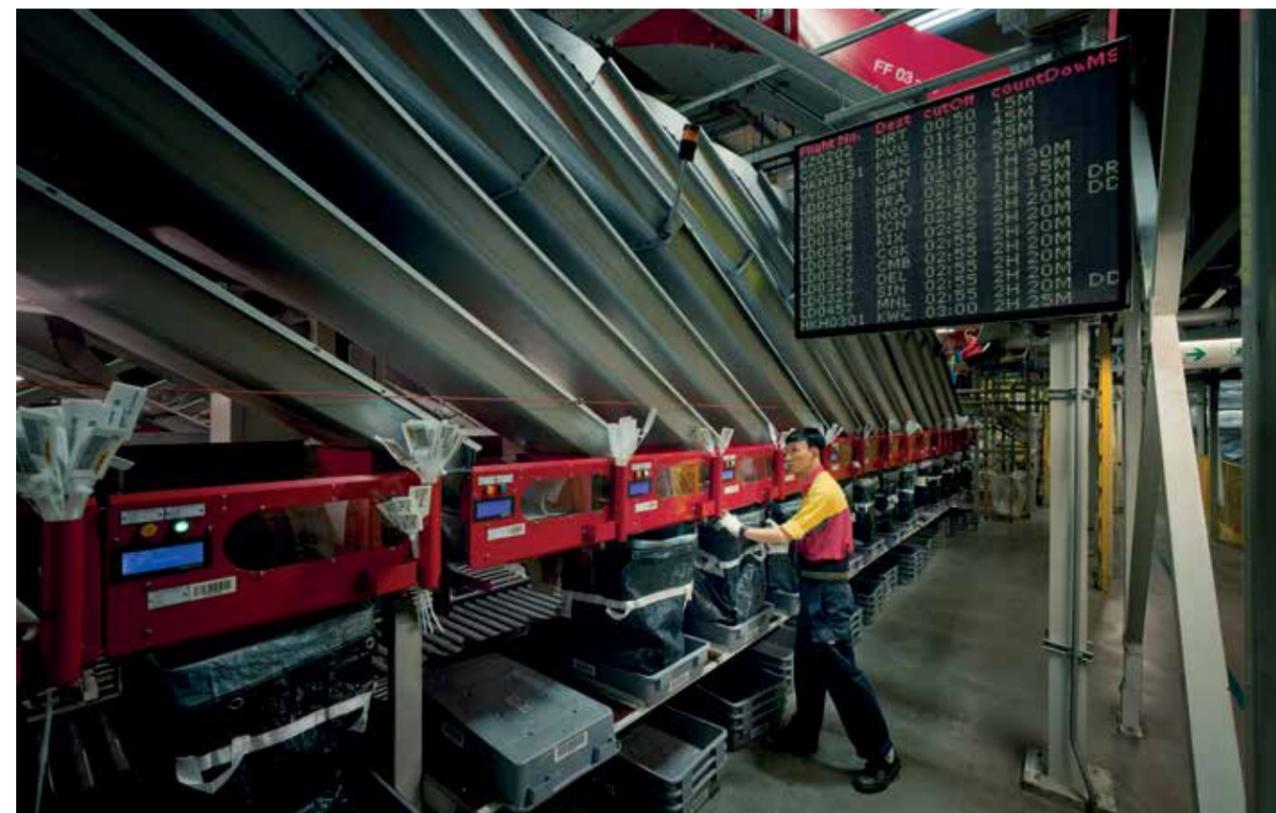
Именно здесь можно по-настоящему погрузиться в суть экспресс-доставки, увидеть, как на практике реализуется основной принцип корпоративной культуры DHL «Клиент – в центре внимания». DHL делает все возможное, чтобы наши клиенты могли отправить грузы в самое позднее время, а получить как можно раньше. Именно поэтому основная деятельность на территории хаба происходит ночью.

Каждую ночь здесь обслуживаются около 60 грузовых самолетов, в среднем взлет или посадка происходит каждые три минуты. При экспресс-доставке весь процесс выгрузки груза с одного само-



лета, его обработки в хабе и загрузки на следующий самолет в среднем занимает менее двух часов. Это соответствует максимальной продолжительности гонки Формулы 1! Автоматизированная система обработки грузов включает в себя конвейерные ленты с максимальной скоростью 9 км/ч, что примерно вдвое

превышает среднюю скорость ходьбы. Благодаря максимально эффективному проектированию и техническому оснащению в терминале могут обрабатываться более 150 тыс. грузов в час или 42 груза в секунду. За ночь в сортировочном центре в Лейпциге обрабатываются 2000 тонн грузов.



Мы попросили клиентов DHL Express в России, побывавших на экскурсии в лейпцигском хабе в сентябре, поделиться своими впечатлениями.



Генеральный директор компании Kocher + Beck Россия **ФАРХАД АБИЛОВ**: «Фантастика! Очень необычные впечатления! Стоит отметить, что я как-то не представлял, что происходит с грузом, который мы отправляем, как он сортируется, и вот увидел эти масштабы. В сердце хаба – эти 46 км сортировочных линий, все эти грузы – тяжелые, легкие, стандартные, негабаритные, в этот момент я понял, что у меня даже в мыслях не было, что я увижу нечто подобное. Плюс удивительная организованность и педантичность, с которой подходят сотрудники сортировочного центра DHL к работе, позволили мне еще раз убедиться, что мы работаем с лучшими. И я говорил и продолжу говорить своим клиентам: «Если вы будете работать со мной – лучшим на рынке, то мы также работаем с лучшими из лучших».

Менеджер по логистике компании SKF **КОНСТАНТИН АЛЕКСЕЕВ**: «Реальность превзошла все мои ожидания. Все эти виды, масштабы, процессы, скорость, чистота, порядок, безопасность – все было на высшем уровне, и я даже был несколько шокирован. Перед тем, как побывать здесь, в лейпцигском хабе, я уже видел терминал в Шереметьево и накануне поездки думал: «Ну ладно, ну будет в пять раз больше». Но я никак не мог представить себе такие многоэтажные конвейеры, и что грузы обрабатываются за 15 – 20 минут. При этом пока пилот отдыхает, важный груз уже загружен и соответствует всем нормам безопасности, да еще и самолет успели проверить и заправить. Это фантастика!»



Специалист по логистике компании CNN Industrial **АЛЕКСАНДР ГЛАДКОВ**: «Было просто здорово увидеть все это своими глазами! Если честно, я был в небольшом шоке после экскурсии. Конечно, у меня были определенные ожидания перед поездкой, но то, что я увидел, намного их превзошло. Сложно передать словами, это действительно нужно видеть и ощущать».



Руководитель направления регистрации и обработки поставок ООО «Данфос» **МИХАИЛ КУЗНЕЦОВ**: «Потрясающие впечатления! Когда своими глазами видишь все эти процессы, эти 46 км сортировочных линий, то сразу понимаешь, что значит этот сервис и за что ты платишь деньги. Даже не мог представить себе такие грандиозные масштабы».



Руководитель отдела поставки запасных частей AGCO-RM **ИГОРЬ СИЛАЙЧЕВ**: «Терминал оказался просто огромным, на самом деле их там целых три. Такого я еще не видел. Завабно было сразу увидеть при входе, как спортивные машины премиум-класса каких-то арабских шейхов транспортируются с помощью DHL. В голову не придет такое отправить! Очень впечатлили экраны, на которых постоянно отслеживаются KPI. В режиме реального времени отражается информация по всем 400 тысячам грузов, которые в день проходят через терминал. Уровень контроля поражает. Также достаточно сложно представить себе весь объем грузов, огромные линии и несколько видов сортировки. Очень советую всем коллегам по цеху обязательно побывать в хабе DHL в Лейпциге. Эта экскурсия даст глубокое понимание того, как организована логистика, позволит представить процессы, которые происходят с вашими грузами в DHL, и подумать о возможных вариантах того, как в дальнейшем оптимизировать ваши цепочки поставок».

Руководитель группы по таможене и транспорту АО «Атлас Копко» **НАТАЛЬЯ ВЕРБИЦКАЯ**: «Перед поездкой я отчасти была подготовлена, так как уже посещала терминал в Шереметьево, но посмотреть, как работает центральный хаб – это отдельное удовольствие и интерес. Мне давно хотелось увидеть, как работает структура DHL, и я – в восторге!»

## ТЫ ПОМНИШЬ, КАК ВСЕ НАЧИНАЛОСЬ...?

В 2019 ГОДУ DHL ОТМЕЧАЕТ 50-ЛЕТИЕ С МОМЕНТА ОСНОВАНИЯ. ЗА ЭТИ ГОДЫ КОМПАНИЯ ПРОДЕЛАЛА СЕРЬЕЗНЫЙ ПУТЬ И ИЗ НЕБОЛЬШОГО СТАРТАПА ПРЕВРАТИЛАСЬ В «САМУЮ МЕЖДУНАРОДНУЮ КОМПАНИЮ В МИРЕ», КАКОЙ МЫ ЕЕ ЗНАЕМ СЕГОДНЯ.



1. Потенциал бизнеса международной экспресс-доставки смогли осознать три новаторски мыслящих человека. Адриан Далси, Ларри Хиллблом и Роберт Линн, по первым буквам фамилий которых затем была названа компания DHL, создали принципиально новую индустрию.



2. В 1969 году основатели компании начали самостоятельно доставлять сопроводительные документы на грузы, требующие быстрой и надежной доставки, летая на ночном самолете из Сан-Франциско в Гонконг и обратно. Таким образом было положено начало международной экспресс-доставке.



3. Первый офис компании DHL размещался в этом здании в Гонолулу на Гавайях.

4. Этот Plymouth Duster в далеком 1969 году был первым автомобилем, на котором осуществлялась доставка. Правда, эта фотография была сделана уже после его «выхода на пенсию» в 70-х. Интересно, как меняемся мы, как меняется мир вокруг нас. Сегодня во многих городах мира, и Москва – не исключение, DHL использует для доставки грузов и документов электромобили.



5. Мир менялся, и постепенно DHL расширила спектр своих услуг, начав доставлять не только документы, но и грузы. По мере развития бизнеса, роста заказов и появления новых маршрутов компания искала и разрабатывала наиболее эффективные способы организации бизнес-процессов.



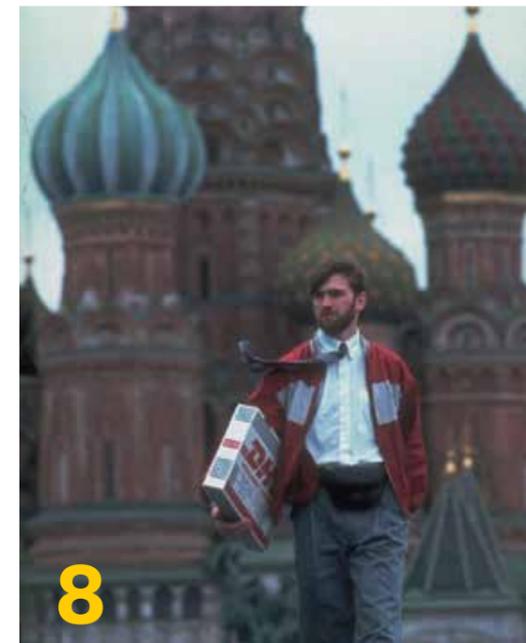
7. Создание собственной авиационной сети было одним из уникальных принципов бизнеса компании DHL.



6. Все сотрудники компании разделяли новаторский дух основателей компании, что способствовало ее бурному росту. Двери компании были открыты для всех, кто имел такой же образ мышления. В DHL отсутствовала дискриминация по цвету кожи, вероисповеданию или полу.



8. DHL была первой компанией среди международных экспресс-операторов, которая начала работать в Советском Союзе еще в 1984 году. Сегодня мы обслуживаем более 6 000 населенных пунктов в России, 130 офисов компании открыты в более чем 120 крупнейших городах нашей страны. И вот уже 35 лет каждый день мы стараемся быть лучше для вас!



# АВТОПАРК DHL ПОПОЛНИЛСЯ ДЕСЯТИТЫСЯЧНЫМ ЭЛЕКТРОФУРГОНОМ STREETSCOOTER

STREETSCOOTER – СОБСТВЕННАЯ РАЗРАБОТКА КОМПАНИИ DHL, БЛАГОДАря КОТОРОЙ В ХОДЕ ДОСТАВКИ ГРУЗОВ И ДОКУМЕНТОВ НЕ НАНОСИТСЯ ВРЕД ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЕ. ЭЛЕКТРИЧЕСКИЙ АВТОПАРК КОМПАНИИ ПОЗВОЛЯЕТ ЕЖЕГОДНО СОКРАЩАТЬ ВЫБРОСЫ В АТМОСФЕРУ CO<sub>2</sub> НА 36 ТЫСЯЧ ТОНН.

Электрофургоны StreetScooter Work, Work L и Work XL серийно выпускаются с 2016 года, в настоящее время – на трех заводах в Германии. Эти автомобили отличаются друг от

друга объемом грузового отсека, запасом хода и конструкцией кузова. Пополнение автопарка DHL 10 000-м StreetScooter – важный шаг на пути к достижению амбициозной цели

Группы Deutsche Post DHL в рамках Миссии 2050 – к 2050 году полностью исключить вредные выбросы, связанные с логистической деятельностью.

## 10 000-й ЭЛЕКТРОФУРГОН STREETSCOOTER В АВТОПАРКЕ DHL



**36 000** тонн в год – сокращение выбросов CO<sub>2</sub> в атмосферу



**100%** «зеленое» электричество



**100 млн км** преодолели электрофургоны



**12 000** электровелосипедов используются для доставки грузов



**13 500** зарядных станций установлено



**20 000** единиц в год – мощности заводов в Ахене и Дюрене

СЕГОДНЯ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ СТАЛИ ОТРАЖЕНИЕМ НАШЕЙ ЖИЗНИ. ЭТОЙ ОСЕНЬЮ НА СВОИХ ОФИЦИАЛЬНЫХ СТРАНИЦАХ В ФЕЙСБУКЕ, ИНСТАГРАМЕ И ВКОНТАКТЕ МЫ СООБЩАЛИ ПОДПИСЧИКАМ НАШИ НОВОСТИ, НАПОМИНАЛИ О ВАЖНОСТИ ЗАБОТЫ ОБ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЕ И ПОКАЗЫВАЛИ ПРИМЕР СПЛОЧЕННОГО КОМАНДНОГО УЧАСТИЯ В ВОЛОНТЕРСКИХ ИНИЦИАТИВАХ, РАЗДЕЛЯЛИ РАДОСТЬ НАШЕГО ЮБИЛЕЯ. БУДЬТЕ В КУРСЕ НАШИХ СОБЫТИЙ, ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ НА СТРАНИЦЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ DHL EXPRESS В РОССИИ!



### 1. С ДНЕМ РОЖДЕНИЯ, DHL!

25 сентября 1969 года – особенный для DHL день! 50 лет назад была основана «самая международная компания в мире», какой мы ее знаем сегодня, и положено начало индустрии международной экспресс-доставки. И мы уверенно смотрим в будущее!



### 2. FORMULA 1 ВТБ ГРАН-ПРИ РОССИИ

26 – 29 сентября на Сочи Автодроме состоялось долгожданное для всех поклонников автоспорта событие – российский этап чемпионата Формулы 1. DHL уже много лет является глобальным логистическим партнером «королевских гонок» и отвечает за доставку гоночных болидов и оборудования к месту проведения чемпионата.

Присоединяйтесь к нашим сообществам:

<https://www.facebook.com/dhl.russia/>

<http://vk.com/dhlclub>

<https://www.instagram.com/dhlexpressrussia>

### 3. МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕНЬ ВОЛОНТЕРА

В этом году сотрудники DHL Express со всей России в рамках Международного дня волонтера снова участвовали в акциях по посадке деревьев, помогли с уборкой в природных и зоологических парках, посетили приюты для животных, собирали «Коробку храбрости» для юных пациентов онкологических клиник и помогли пожилым людям.



### 4. ЗАБОТА ОБ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЕ – ТРЕНД СЕГОДНЯШНЕГО ДНЯ

Давайте вместе заботиться о нашей планете! Мы используем альтернативные виды транспорта, например, автомобили с электродвигателями и велосипеды. Мы предлагаем нашим клиентам экологичные решения при доставке грузов. Вместе с партнерами мы высаживаем миллион деревьев каждый год.



### 6. КОЛЛАБОРАЦИЯ DHL X MYBUDAPESTER

В честь 50-летнего юбилея компания DHL совместно с международным ритейлером @mybudapester.com создали уникальную коллекцию красно-желтых кроссовок limited edition. Всего 300 пар – на весь мир!



### 5. КУБОК МИРА ПО РЕГБИ 2019™ В ЯПОНИИ

Регби – один из самых динамично развивающихся видов спорта, в котором важны командная работа и скорость, точность и своевременность, стремление к превосходным результатам и воля к победе. Эти факторы имеют решающее значение и для бизнеса DHL, которая стала официальным логистическим партнером Кубка мира по регби 2019™.



**СИЭТЛ, США**

Футуристическое стеклянное здание, у которого остановился автомобиль DHL, это офис компании Amazon в Сиэтле. Он представляет собой три стеклянные сферы, внутри которых круглый год растут 40 тысяч растений со всего мира.

**ПЛЯЖ МЕДИНА, ВЕНЕСУЭЛА**

А где-то сейчас светит солнце! Желтое пляжное полотенце под высокими кокосовыми пальмами и жарким венесуэльским солнцем – вот каким прекрасным может быть лето с DHL! И, пожалуй, это лучший способ зарезервировать шезлонг.

**МАЛАГА, ИСПАНИЯ**

Этот город на юге Испании может похвастаться самыми теплыми зимами во всей Европе. И велосипед здесь – отличное средство передвижения, благодаря которому можно не только без ограничений передвигаться по городу, но и внести свой вклад в защиту климата.

**ВАЛЛЕТТА, МАЛЬТА**

А вы любите отправлять открытки друзьям и родным, а, может быть, и себе из путешествий? Наш автомобиль прекрасно вписался в средневековую атмосферу улиц Валлетты. Чем не открыточный вид?!

**КИЕВ, УКРАИНА**

Если вы всегда хотели знать, что находится внутри автомобиля DHL, – пожалуйста! Наши коллеги из DHL Express Украина присоединились к флешмобу Tetris Challenge, который охватил весь мир этой осенью, и показали «изнанку» экспресс-доставки.

**МОСКВА, РОССИЯ**

В сентябре в аэропорту Шереметьево была открыта третья взлетно-посадочная полоса, которая включает и первый в России мостовой переход, рассчитанный на движение воздушных судов. Спасибо нашему замечательному клиенту, который запечатлел такой момент!

**МОСКВА, РОССИЯ**

Бигль по имени Кексик @beagle\_cake выбирает экспресс-доставку DHL! Особую слабость озорной малыш питает к коробкам!

**АДДИС-АБЕБА, ЭФИОПИЯ**

Так наш коллега доставляет грузы в эфиопской столице с населением около 3,5 миллиона человек. Местные жители здесь спокойно передвигаются по проезжей части, игнорируя сигналы водителей и осложняя и без того трудную дорожную ситуацию.



# КРАСНЫЙ И ЖЕЛТЫЙ ВСЕГДА В МОДЕ

Мы являемся экспертом в fashion-индустрии и предлагаем индивидуальные решения, помогающие нашим клиентам успешно вести бизнес в этой сложной отрасли.

Современная мода развивается благодаря международной торговле. DHL создает инструменты для этого развития.

[dhl.ru](http://dhl.ru)  
[zakaz.dhl.ru](http://zakaz.dhl.ru)

Mercedes-Benz  
FashionWeek  
RUSSIA

FASHION  WEEK



Официальный Логистический Партнер