



Russland er fullt av kontraster. Moderne forretningsliv og tradisjonell torghandel eksisterer side om side, mens Vasilijkatedralen i Moskva (t.v.) står som et symbol på gammel storhet.

Erobreren

Som en av få kvinnelige gründere satser Tone Lise Forbergskog (39) nå utenfor landets grenser. Målet er å erobre det russiske markedet med norsk kosmetikk.

Tekst: Karine H. Henriksen Foto: Tove Sivertsen og Karine H. Henriksen

Den røde plass i Moskva, våren 2007. Kvinnen i de høye hælene ser liten ut på den enorme plassen. Men hun er ikke mindre enn at hun har bestemt seg for å erobre Russland – et land med 142 millioner innbyggere – der det meste av næringsliv og politikk drives av menn.

– Se, flagget er oppe! Det betyr at Putin er i Kreml, sier Tone Lise Forbergskog.

For 20 år siden hentet hun hjem all verdens kunnskap om negledesign fra USA og startet sin egen skole, Tone Lise Akademiet. Elleve år senere lanserte hun sitt eget neglelakkmerke, TL Design. I dag omsetter selskapet for over 14 millioner, og sulten på nye utfordringer har den suksessrike gründeren satt seg et nytt mål, det russiske markedet.

Tone Lise trådte sine barnesko i værharde Båtsfjord ytterst på finnmarkskysten. Å ta opp arven fra forfedrene, som drev med norsk-russisk handel, føles helt naturlig. Fram til første verdenskrig og den russiske revolusjonen i 1917 var det et yrende handelsliv mellom nordmenn, samer, kvener og russere i nordområdene. Den gang handlet det om livsnødvendige varer. I dag dreier det seg om skjønnhet, velvære og utseende.

Med 12 millioner registrerte innbyggere og rundt 3 millioner ▶

«Selvfølgelig er jeg spent. Det er nå jobben egentlig starter.» ▶

Erobreren

uregistrerte er det lite plass til grønne lunger i Moskva. Kontrastene er store: fargerike reklameskilt for internasjonale selskaper side om side med rustne lastebiler som gir assosiasjoner til krigens dager. Mens store deler av befolkningen lever i fattigdom, bygger den nyrike eliten opp et nytt Russland, der internasjonalt forretningsliv står sentralt. Fokuset på status-symboler og skjønnhet er enormt. Det er ikke uvanlig at kvinner bruker ti prosent av sin inntekt på kosmetikk – noen bruker så mye som en tredjedel av inntekten på utseendet sitt.

Fem år har Tone Lise brukt på å få innpass på det russiske markedet, der hun mener potensialet for hennes produkter er stort. Hun har vært dommer i negledesignkonkurranser, holdt kurs og besøkt salonger og skoler rundt om i landet. Knyttet kontakter, studert russisk kultur og skjønnhetsbransjen – alt for å forstå næringslivet i det enorme landet. Nå er det alvor. Målet med turen er å vende hjem med signerte kontrakter.

– Selvfølgelig er jeg spent. Det er nå jobben egentlig starter. Du kan ikke kjøre russerne for hardt og fyre løs med spørsmål, som man kanskje gjør i forretninger andre steder. Internasjonal handel er nytt for mange, og du må ha deres fulle tillit før de gjør noen avtale, sier hun og høster bekræftende nikk fra tolken, Anastasia.

– Mange russere stoler ikke på politikerne engang. Dermed tar det tid å bygge opp respekt og tillit, sier hun.

De første møtene er allerede samme ettermiddag, så går det slag i slag. Da hun endelig kan vende tilbake til hotellet, er det gått over 15 timer siden Tone Lise reiste fra Oslo. Hun har ikke spist på 10 timer, og hun er sliten. Likevel tar hun seg tid til å sortere vareprøvene hun skal ha med seg neste dag før hun tar kvelden.

TIDKREVENDE

Dagen etter fortsetter det i samme tempo fra tidlig morgen. Tone Lise skal møte Vladimir Stetenowich, innehaveren av en skjønnhetssalong, men han er forsinket.

– Enkelte er helt håpløse når det gjelder avtaler, jeg legger alltid inn litt ekstra tid i avtaleboken, kommenterer Tone Lise.

Det viser seg snart at salongen ikke har det nødvendige apparatet til å forhandle produktene i større målestokk. Tone Lise tar seg likevel god tid. Selv om han ikke er aktuell nå, kan det være at han blir en viktig kunde i framtiden.

– Alle kontakter er like viktige, spesielt i den fasen vi er i nå. Ja, det tar mye tid, jeg må snakke med dem flere ganger. Det at jeg kommer tilbake og husker dem, er en del av det.

Å drive forretninger i Russland er en tidkrevende prosess. Hvert møte kan vare i flerfoldige timer. Nå er Tone Lise forsinket til neste avtale, og tolken hennes må ringe og utsette den. Etter en stressende drosjetur ankommer de endelig den fasjonable hovedgaten i Moskva, Kutuzovskij. På rekke og rad ligger sportsbutikker, dyre restauranter, banker og eksklusive hoteller – og skjønnhetssalonger. Étoile er et av hovedmålene for turen. En avtale med den eksklusive salongen henger høyt, men Tone Lise forholder seg nøktern.

– Selv om vi gjør gode presentasjoner, er det ingen garanti for at vi kommer i mål, sier hun.

Étoile har 55 ansatte, som jobber skift fra morgen til kveld med å stelle kundenes negler og hår. Innehaveren av salongen, Irina V. Ivanova, gir inntrykk av å like produktene. Men hun holder masken. Hun vil helst ha eneretten i Russland. Etter det

tre timer lange møtet har hun vanskelig for å skjule sin begeistring. Hun tror at produktene vil kunne gi prestisje til den som får agenturet. Men fortsatt er ingen kontrakter underskrevet.

DET NORSE FLAGGET

Om kvelden går ferden med tog til St. Petersburg, der resten av møtene skal foregå. En natts søvn, og 60 mil er tilbakelagt. Gatene er nyvasket av nattens regn, og sola skinner. Folk har det travelt. Taxi, taxi, roper piratsjåførene fra alle kanter.

– Etter møtene må vi se Vinterpalasset, og kanskje rekke litt shopping, sier Tone Lise, tilsynelatende utømmelig på energi.

I sterk kontrast til bygårdens slitte fasade er lokalene til det store skjønnhetsagenturet Plastek lyse og moderne. Markedssjef Elena Klifus og generaldirektør Valeriy Orlov hilser velkommen. Høflig, men alvorlig. Tone Lise presenterer produktene. En stund ser det nesten ut som markedssjefen og generaldirektøren er uinteressert i alt sammen. Så kommer den forløsende opplysningen.

– Produktene vil bli merket med det norske flagget, sier Tone Lise mens hun viser dem baksiden av en boks.

– Det liker jeg, sier de to og nikker og smiler forsiktig.

– Hvor produseres varene? Når kan vi få den første leveransen? Vil vi få eksklusivitet på dine produkter?

Spørsmålene hagler. Så henter de en bunke markedsplaner og magasiner. Firmaet har sitt eget skjønnhetsmagasin og en nyhetsavis som går ut til de 3200 parfymeriene, skjønnhets- og frisørsalongene som kjøper produkter fra dem.

– Vi liker imaget. Vi vil bruke cirka to to uker på å teste varene, deretter tar vi en avgjørelse. Per i dag har vi ingen manikyrserie, og dette virker rent. Dessuten setter vi pris på at produktene er miljøvennlige. Vi føler også at vi har et tettere bånd til dere nordmenn enn vi gjør til italienere og franskmenn, sier Elena.

– Hva kommer det av at dere liker det norske flagget på baksiden av produktene?

Valery svarer høflig: – Mange russere følger med på sport. Nordmenn er gode. Spesielt i skiskyting.

I MÅL

Tre nervepirrende måneder senere kommer beskjeden: Plastek har godkjent produktene og leverer inn sin første bestilling. Allerede noen måneder senere kommer bestilling nummer to, og så nummer tre. Plastek har nå ansvaret for å bygge opp TL Design som merkevare i Russland.

– Vi ser på 2008 som et innkjøringsår. Jeg skal lære meg russisk, og vi skal etablere merket i det russiske markedet. Proffkundene må bli kjent med produktene, og dette vil naturligvis ta litt tid, sier en storfornøyd Tone Lise.

Et av hovedmålene hennes er å øke omsetningen fra år til år. I 2007 var omsetningen på 14 millioner. Forventet omsetning i 2008 er 20 millioner.

– Det er veldig spennende, enormt lærerikt og selvfølgelig morsomt. Men det er også ganske krevende, en arbeidsdag varer ofte fra 10 til 15 timer, det krever sin kvinne, sier hun.

Allerede i mai reiser Tone Lise tilbake til Russland for å få opplæring av Plasteks salgssapparat. Dermed er det lille norske flagget på god vei inn i tusenvis av skjønnhetssalonger i Russland. □