



Для открытия своего первого магазина Сергей продал квартиру. Вместе с семьёй переехал на съёмное жильё, но у него на руках оказалось 2,5 млн руб.

Ассортимент искал по всей России. «У меня были аюрведические знания, и я понимал, что мне нужна полба, кукурузные макароны, настоящие масла и так далее, — рассказывает предприниматель. — Я знал, что в моих продуктах не должно быть ГМО, вредных консервантов, красителей, яиц, мяса. В общем, не должно быть всех тех вещей, которые при постоянном употреблении приводят к заболеваниям».

Так, 6 июня 2012 года он открыл первый магазин сети «Лакшми» на ул. Екатерининской, 24. У него была узкая целевая аудитория — клиенты «Аюрмы», которым доктора прописали диету. Говорит, что сторонние посетители, незнакомые с культурой здорового питания, заходили в магазин, «округляли глаза, разворачивались и уходили». И если бы через месяц после работы его спросили, хочет ли он расширять сеть, ответ был бы однозначным — нет. Он будет продвигать здоровое питание только в одном магазине, потому что

на тот момент финансовые показатели были удручающими. Он работал в минус полгода. Аренду и какие-то базовые траты магазин окупал, но не всегда хватало денег на дополнительные траты, допустим промоакции, закупку новых товаров. Выручало парикмахерское мастерство: прибыль салона Sexu Hair перераспределялась в пользу магазина.

Но со временем в Сергее «проснулась идеология»: он решил ни много ни мало спасти нацию. Ломать «колбасный менталитет». «Этот вопрос меня напрягает в целом в нашей стране, — поясняет Шаров. — На «Первом канале» в каждом рекламном блоке появляется реклама одного препарата, который призван улучшить пищеварение. Это ж миллиарды рублей! И сами ролики построены по принципу «вы обожритесь жирным и жареным, съешьте таблетку, и всё пролетит со свистом». Но нет же! Это же токсины, это ожирение, это рак! Почему никто не видит, что год от года ухудшается детское и репродуктивное здоровье, что хронические заболевания значительно помолодели, что наша медицина снимает только симптомы, не убирая причину болезни!»

И добавляет, что такая «культура питания» при невысоком уровне доходов населения привела к соревнованию дешевизны продуктов между сетями. И эта гонка заставляет производителей ещё больше удешевлять свою продукцию. Но мы же взрослые люди, возмущается Шаров. Ведь очевидно, что это происходит за счёт снижения качества. Почему этого никто не понимает?!

Поэтому, когда в процессе работы первого магазина он увидел, что к нему приходят качественные продукты, произведённые в России, он продал машину и открыл второй магазин. Об этих продуктах, считает Сергей, надо говорить. А через две недели после открытия второй точки он убедился, что их нужно «минимум семь, десять, двадцать...».

### «Здоровое питание должно быть удобным»

Основная задача сети «Лакшми» — дать людям чистый продукт. Причём не просто выставить его на полки, но объяснить, как эти продукты сочетать между собой, в каких пропорциях и в какое