

**ТВОЙ
ДОМ**
ЦЕНЫ ВНИЗ – НАШ ДЕВИЗ!
24 ЧАСА
tvoydom.ru

Присоединяйтесь!



**Всё для комфортного
летнего отдыха**

САДОВАЯ МЕБЕЛЬ | ТЕХНИКА | ДЕКОРАТИВНЫЕ РАСТЕНИЯ | БАССЕЙНЫ

АО «КРОКУС», ОГРН 1027700257023, юридический адрес: 143402, Московская область, г. Красногорск, ул. Международная д.18.

Бизнес и Выставки

№3 (81) 2016

**UFI: Курс на
развитие**

с. 24

**Как это делают
в Дании**

с. 46

**Диктатура
экологии**

с. 38

**Путь к
карьере**

с. 65



ТУРИЗМ: ПОВОРОТ ВНУТРЬ

с. 12

U-BOAT

ITALO FONTANA

New Dimension in Time

КРОКУС СИТИ МОЛЛ, Крокус Сити, 66-й км МКАД, тел.: +7 495 727 2549

ТЦ LOTTE PLAZA, Новинский бульвар, 8, тел.: +7 495 787 1115

AIZEL, пер. Столешников, 10/3, тел.: 8 800 100 2828

ЦУМ, ул. Петровка, 2, тел.: +7 495 933 7300



UBOAT_RUSSIA



UBOATRUSIA

*Новое измерение времени

Бизнес и Выставки

№ 3 (81) 2016

Издатель
Араз АГАЛАРОВ

Главный редактор
Борис ФАНТАЕВ

Заместитель главного редактора
Ирина СКИБИНСКАЯ

Отдел рекламы:
Тел.: (495) 223-4215

Адрес редакции:
143402, Московская область,
г. Красногорск,
ул. Международная, д. 16
МВЦ «Крокус Экспо»
Тел./факс: (495) 727-2676
Интернет: <http://www.crocus-expo.ru>
<http://www.biv-expo.ru>

Эл. почта: journalbv@crocus-off.ru

Учредитель:
АО «КРОКУС»
Адрес: 143402, Московская обл.,
г. Красногорск,
ул. Международная, д. 16

Дизайн-проект и верстка:
ООО «ПИКСЕЛПРО»
www.pixelpro.ru

Отпечатано:
ООО «Первый полиграфический комбинат»: 143405, Московская обл., Красногорский р-н, п/о Красногорск-5, Ильинское ш., 4-й км

Распространение в деловых центрах Москвы:
Агентство Mamma Mia
www.mamamia.ru

Подписка в редакции журнала:
тел. (495) 223-4215

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Регистрационный номер ПИ № ФС77-26532 от 08.12.2006

Воспроизведение любых материалов, опубликованных в журнале, только с разрешения редакции. Редакция не несет ответственности за содержание рекламных объявлений.

Тираж 12 000 экз. Цена свободная.



От издателя	4
Крокус: новости компании	5

ГЛАВНАЯ ТЕМА

Ломка рынка	6
Отдыхать как люди	8
Поворот внутрь	12
Широка страна моя родная	14
Черное море моё	18

ВЫСТАВКИ И РЫНКИ

Выставки, конгрессы, форумы	20
«Крокус Экспо»: день за днем	22
Курс на развитие	24
В коробках, банках и бутылках	28
Вам Кремль упаковать?	32
Диктатура экологии	38

ИСТОРИЯ УСПЕХА

В дорогу с «Мишленом»	42
-----------------------------	----

ВЫСТАВОЧНЫЕ И КОНГРЕССНЫЕ ЦЕНТРЫ

Как это делают в Дании	46
------------------------------	----



ИЗ ПРОШЛОГО

Символ империи	50
----------------------	----

ВСЁ НА ПРОДАЖУ

Новости аукционов	56
ЭКСПО, отлитые в металле	60

ЭКОНОМИКА И ФИНАНСЫ

Фьючерсы, форварды и всякие опционы	62
Путь к карьере	65

ДАЙДЖЕСТ

Новый разрыв между поколениями	68
Богатых стало меньше	69
«Невозможная» нефть Арктики	71
Италия бросает вызов Северной Европе	75

КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК

Туризм	11
Технология упаковки	37
«Крокус Экспо»	79





ОТ ИЗДАТЕЛЯ

Многие страны строят свое благополучие, развивая туризм и тесно связанную с ним сферу услуг – гостиничное и ресторанное дело, торговлю, транспорт. Оборот туристической отрасли в мире вполне сопоставим по размеру с продажами нефти, автомобилей, продуктов питания. На долю туризма приходится 6% мирового экспорта. Туризм является важной отраслью экономики, приносящей значительный доход.

К сожалению, Россия не относится к числу стран-лидеров в сфере туризма, несмотря на, казалось бы, наличие всех для этого предпосылок – обширная территория, разнообразие климатических зон, огромное историческое и культурное наследие. Главными ограничителями для развития туризма являются недостаточное число гостиниц среднего класса, примитивное обустройство туристических объектов, слабое информационное обеспечение.

Однако жизнь вносит свои коррективы в развитие этой отрасли в нашей стране. Изменение экономической ситуации существенно повлияло на маршруты российских туристов. Число выезжающих на отдых за границу российских граждан сократилось почти на треть, а количество отдыхающих в родной стране выросло за год примерно на четверть.

Это стало вызовом для российской туристической отрасли, которая в силу сложившихся обстоятельств привлекла к себе внимание отраслевых профессиональных объединений и государственных организаций.

Профессионалы, работающие в данной области, задаются вопросом, готова ли наша сфера услуг к такому радикальному изменению потока туристов, достаточно ли в стране гостиниц для размещения всех желающих, способны ли рестораны обеспечить питанием резко выросшее число путешественников.

Возможности и перспективы развития туризма в нашей стране и связанные с этим проблемы рассматриваются в настоящем номере журнала.

Араз АГАЛАРОВ

Федеральная служба по интеллектуальной собственности (Роспатент РФ) вынесла решение о признании товарного знака «КРОКУС» общеизвестным в Российской Федерации. В официальном реестре «Общеизвестные в РФ товарные знаки» обозначение «КРОКУС» внесено под номером 163. Данный товарный знак зарегистрирован по 4 классам международной классификации товаров и услуг (МКТУ) — 35, 36, 37 и 41, которые охватывают деятельность по организации выставок в коммерческих и рекламных целях, проведению концертов, осуществлению розничной продажи товаров, строительству и сдаче в аренду недвижимого имущества. Владельцем товарного знака (правообладателем) является акционерное общество «Крокус Интернэшнл», которое получило это право благодаря достижениям компании во всех вышеуказанных сферах. Общеизвестный товарный знак действует бессрочно.

С 23 по 27 мая в МВЦ «Крокус Экспо» пройдет финал Национального чемпионата «Молодые профессионалы» WorldSkills Russia—2016, который является частью международного движения WorldSkills International (WSI). Оно занимается популяризацией рабочих профессий, повышением их статуса и развитием стандартов профессиональной подготовки и квалификации. В движение WSI входят 72 страны. В российском финале представлено 94 специальности, в нем будут участвовать более 2 тыс. студентов в возрасте от 18 до 23 лет. В составе участников — 50 представителей из 15 стран мира.



Как сообщил заместитель мэра Москвы по вопросам градостроительной политики и строительства Марат Хуснуллин, в этом году начнется проектирование развязок на МКАД у торгового центра Vegas на Каширском шоссе и рядом с выставочным комплексом «Крокус Экспо». Строительство будет вестись с привлечением средств инвесторов. Данные работы запланированы в рамках нового глобального проекта комплексного развития МКАД, реализацию которого предполагается начать в 2016 г.



В рамках прошедшей в МВЦ «Крокус Экспо» выставки «Собственная торговая марка» (IPLS — СТМ) впервые была проведена церемония вручения премии Private Label Awards, учрежденной при поддержке Минпромторга РФ, ТПП РФ и Ассоциации компаний розничной торговли (АКОРТ). Среди победителей — торговая сеть «Ашан» (самое динамичное развитие СТМ) сеть «Глобус» (в категории продукты питания), магазины «Азбука Вкуса» (лучший дизайн упаковки), «Леруа Мерлен» (товары для дома), «МЕТРО Кэш энд Керри» (инновации), компания X5 Retail Group (выбор покупателей). Всего премии вручались по 20 номинациям.

АО «Крокус Интернэшнл» продолжает сотрудничество с Московской школой управления «Сколково». После выступления в Сколково президента Stocus Group Араза Агаларова преподаватели и слушатели Школы выразили желание посетить Крокус Сити. В ходе визита они ознакомились с работой выставочных павильонов МВЦ «Крокус Экспо», ТРЦ «Вегас», ТЦ «Твой дом», концертного зала «Крокус Сити Холл» и центра бутиков «Крокус Сити Молл». Как специалисты по управлению, представители «Сколково» отметили рациональный характер организации площади и высокий синергический эффект сочетания торговой, выставочной и деловой деятельности в Крокус Сити.



ЛОМКА РЫНКА

Выставка «Интурмаркет», прошедшая в МВЦ «Крокус Экспо» с 19 по 22 марта, отразила все те существенные изменения, которые претерпел за последний год туристический рынок России. Она продемонстрировала начало настоящей борьбы российских регионов за свою долю турпотока.

Ее организатор, компания «Экспотур», объявила, что основным трендом экспозиции станет импортозамещение в туризме. И действительно, в составе экспозиции заметно сократилась площадь стендов иностранных участников выставки, а представители «Ростуризма» и туристической индустрии вели речь в основном о туристических программах, связанных с путешествиями по России. О поездках в Египет, Турцию, Грецию, тем более об отдыхе в дальних, за океанских странах, в отличие от предыдущих лет, как будто забыли.

Согласно статистике, последние пять лет в «Интурмаркете» ежегодно участвовали компании из более чем 140 стран и регионов России. К сожалению, в этой цифре нет разделения на иностранных и российских участников. Но можно смело предположить, что в этом году баланс явно сместился в сторону российских туристических компаний, особенно представляющих дальние регионы страны. Из иностранных участников более заметно были представлены только компании из Болгарии, Греции, Китая и Египта.

То, что выездной туризм явно идет на убыль, а российские туристические компании вынуждены переориентироваться на внутренний туризм, явствует

из цифр. По данным замглавы Ростуризма Алексея Конюшкова, Москва показала в 2015 г. прирост туристического потока на 22%, Санкт-Петербург — на 10%, увеличился поток туристов на горнолыжные курорты Сочи и Шерегеша.

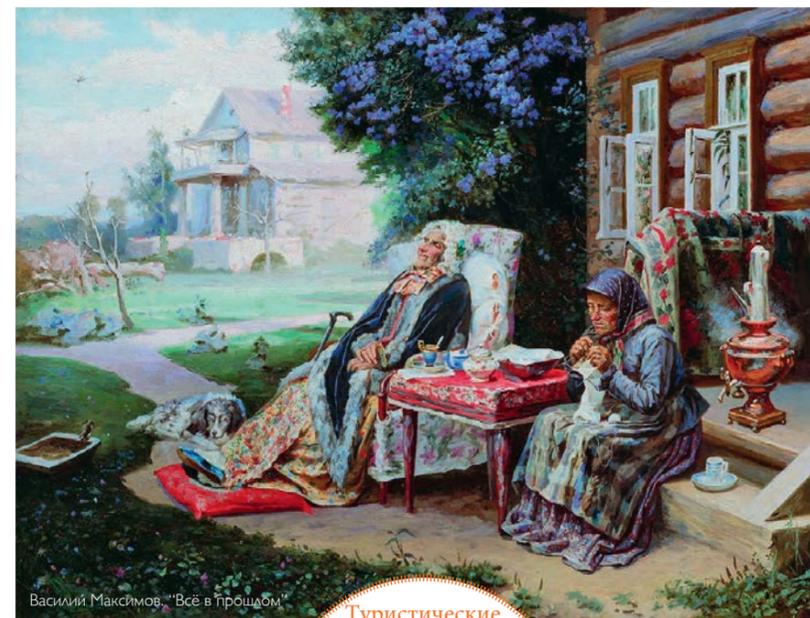
В сложившейся экономической ситуации рост интереса к внутреннему туризму вполне может стать долгосрочным трендом. Это выдвигает на первый план необходимость улучшения инфраструктуры в регионах и может оказаться решительной проверкой эффективности экономической политики на местах. Как отметили прес-секретарь Союза туристической индустрии Ирина Тюрина, кризис затронул не только выездной туризм, но и рынок внутреннего туризма, и текущая ситуация — серьезный экзамен для всей нашей турсферы.

Выставка «Интурмаркет-2016» продемонстрировала начало настоящей борьбы российских регионов за свою долю турпотока. Проявлением этого стало создание крупных объединенных региональных стендов, например «Арктическое кольцо», «Северное кольцо», а также единый стенд регионов Кавказа.

Надо сказать, что на «Интурмаркете» и ранее уделялось более пристальное внимание развитию внутреннего

По данным Всемирной туристской организации, более 40% всего мирового турпотока приходится на культурно-познавательный туризм

По информации Ростуризма, в 2015 г. внутренний туристический поток в стране вырос на 18%, а общее число турпоездок превысило 50 млн



Василий Максимов, «Всё в прошлом»

Туристические компании разрабатывают новые бренды «узнаваемой России», такие как «Русские усадьбы», «Серебряное ожерелье», «Шелковый путь»

российского туризма в сравнении с другими туристическими выставками Москвы. Многие регионы за годы участия в этой экспозиции существенно увеличили свой турпоток. Это со всей очевидностью подтвердил постоянный экспонент «Интурмаркета», стратегический партнер выставки — Алтайский край. Вице-губернатор края Михаил Щетинин сообщил, что с 2006 г., когда край только начинал развивать туризм, турпоток вырос со скромных 400 тыс. до более чем 1,9 млн человек. Соответственно, если в 2006 г. туризм занимал всего 1,2% в ВВП региона, то сейчас на его долю приходится более 6%. В 2016 г. площадь стенда Алтайского края на «Интурмаркете» составила более 1 тыс. кв. м.

Развитие внутреннего туризма побуждает разрабатывать новые маркетинговые ходы для привлечения внимания путешественников. По словам замглавы Ростуризма Сергея Корнеева, российским туристам хорошо известно, что такое поехать в круиз по Волге, понятно, что такое «красный туризм», что такое путешествие по Золотому Кольцу. Сейчас, сообщил он, разрабатываются новые бренды «узнаваемой России», такие как «Русские усадьбы», «Серебряное ожерелье», «Шелковый путь».

Эти новые темы обращены не только к отечественному туристу, но

и в значительной степени к иностранному. Выездной туризм приносит значительный доход, создает рабочие места, для многих регионов он может стать эффективным методом активизации местной экономики.

Для продвижения регионов России и привлечения иностранных туристов в нашу страну за рубежом создано 7 туристических офисов. Представительство в Хельсинки охватывает Северо-Западную Европу, офис в Дубае отвечает за Ближний Восток. Открыты офисы в Германии, Италии, Иране и Китае. На очереди — офис во Вьетнаме, который будет ориентирован на потенциальную аудиторию в Юго-Восточной Азии.

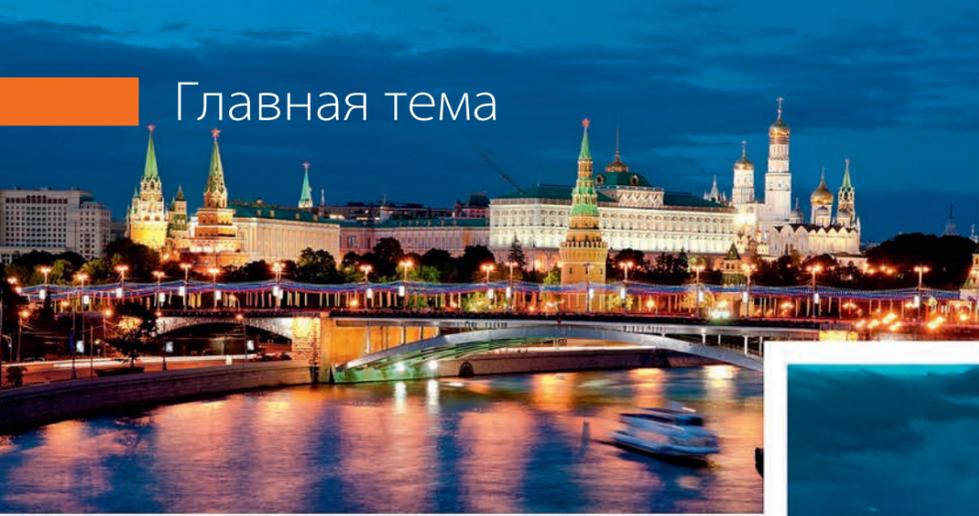
По данным Всемирной туристской организации, более 40% всего мирового турпотока приходится на культурно-познавательный туризм. Поэтому новые темы путешествий по России вполне могут привлечь иностранного туриста. Повышению интереса к путешествию по России для иностранных туристов способствует и снижение курса рубля к доллару и евро. У России есть все шансы существенно расширить выездной туризм и использовать, по выражению Корнеева, преимущества этого «чистого экспорта возобновляемых ресурсов».

Борис ПАВЛОВ

В 2016 г. внесены изменения в законодательство, регулирующее туристскую деятельность. На базе Ассоциации «Турпомощь», которая объединяет туроператоров в сфере выездного туризма, создаются 2 фонда: Фонд персональной ответственности туроператоров и Резервный фонд. Взнос туроператора в первый фонд составляет 1% от общей стоимости проданных в предыдущем году туров. Размер взносов в резервный фонд зависит от турпотока каждого конкретного туроператора и общей стоимости проданных путевок, что может составить от 50 тыс. до 500 тыс. руб. в год.



АО «Крокус Интернэшнл» ведет переговоры с рядом туристических компаний и объединений об организации экскурсионных программ под названием «Один день в Крокусе» для туристических групп из Китая. Программа будет включать экскурсию по Крокус Сити, фольклорный концерт в Крокус Сити Холле, прогулку на теплоходе по Москве-реке. В переговорах участвуют ассоциация «Мир без границ», туристический клуб «Аквамарин», компания «Тихий океан» и пекинская международная туристическая компания «Фэнхуа Интертуризм».



ОТДЫХАТЬ КАК ЛЮДИ



Более миллиарда туристов насчитала Всемирная туристская организация (UNWTO) в 2015 г. При этом организация имеет в виду исключительно международных туристов, то есть седьмая часть населения планеты хотя бы раз в году выбиралась из дома — посмотреть мир.



С каждым годом число туристов растет. Так называемый показатель туристических прибытий в прошлом году был на 4% больше, чем в 2014 г., а это почти 50 млн человек, в 2016 г. он продолжит рост, прогнозирует UNWTO. Наш мир не стал меньше, но стал доступнее. Куда и зачем едут сегодняшние туристы?

Китай — крупнейший в мире «поставщик» туристов. В 2014 г. расходы китайцев за границей выросли на 27% и составили 165 млрд долл.

Все флаги в гости

Лидерами среди стран, «поставляющих» туристов, являются самые процветающие экономики мира, а именно Китай, США и Великобритания. Сильные национальные валюты позволяют этим путешественникам уверенно чувствовать себя практически в любой стране мира. Китай, к слову, демонстрирует двузначные темпы роста туристских расходов начиная с 2004 г. США и Великобритания тоже показывают рост потока выездного туризма, но на порядок меньше, а вот рынки России и Бразилии, которые раньше были очень динамичными, в последнюю пару лет сильно упали. Причины тут все в тех же экономических трудностях, которые испытывают оба государства и их жители.

Для создания полноты картины стоит упомянуть страны с очень слабым выездным туризмом в последние несколько лет — это Канада и Франция.

В гостях хорошо

Экзотика. Безусловно, первое что привлекает людей, отправляющихся в путешествие, — это места и люди не похожие на их собственный дом. Это не обязательно должна быть хижина на берегу океана. Лиссабон для немца или Берлин для русского тоже своего рода «экзотика». Франция уже долгие годы лидирует в рейтинге наиболее популярных туристических направлений. Кроме нее в десятку самых популярных стран входят США, Испания, Китай, Италия, Турция, Германия, Великобритания, Россия и Мексика.

Популярный сайт о путешествиях TripAdvisor в прошлом году сделал собственный рейтинг лучших мест для отдыха, основанный исключительно на положительных отзывах, оставленных туристами. Этот рейтинг отличается от предыдущего списка. Лидером оказался Марракеш (Марокко), кроме него в списке оказались небольшой камбоджийский город Сиенреап, Ханой, Прага, Лондон, Рим, Буэнос-Айрес, Париж и Кейптаун.

Еще один рейтинг, опубликованный в прошлом году аналитической группой Всемирного экономического форума (ВЭФ), оценивает конкурентоспособность туристического рынка разных стран мира, и здесь лидером считается Испания, за которой следуют Германия, Франция, США и Великобритания. Россия в этом рейтинге пока заняла 45-ю строчку, что, впрочем, тоже неплохо, в сравнении с предыдущим результатом (рейтинг 2013 г.) это на 18 позиций выше.

Однако все эти списки и рейтинги не остаются неизменными, и чтобы понять, куда в следующий раз поедут туристы, нужно для начала уточнить, кто эти туристы.

По данным за 2014 г., мировая туристическая отрасль генерирует общий доход в размере 1,2 трлн долл. На эту отрасль приходится 6% мирового экспорта

Факт довольно интересный, учитывая стабильное экономическое положение обеих стран.

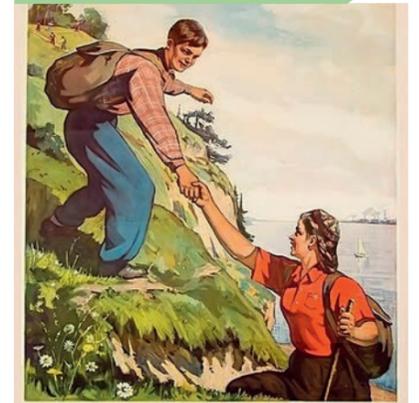
UNWTO также представила прогнозы на 2016 г. относительно туристических рынков разных регионов. Организация прогнозирует рост общего числа туристических прибытий как минимум в тех же масштабах, что и в прошедшем году — на 4%.

Увидеть Париж и не умереть

Мир стал доступнее. И прежде всего благодаря технологиям. Еще 15–20 лет назад поездка на выходные из одной страны Европы в другую выглядела как признак роскоши. Пакетные предложения турфирм, рассчитанные на определенный бюджет, были зачастую стереотипны и попросту скучны. Сейчас же главной статьей расходов для путешественника становится билет на самолет. Все остальное доступно. Ограничивают туриста лишь собственный бюджет и расторопность.

При этом чем лучше развита сфера туризма в стране, тем чаще туристы на-

По данным Всемирной туристской организации (UNWTO), в 2015 г. число международных туристских прибытий выросло на 4% по сравнению с 2014 г. и достигло рекордной цифры в 1,2 млрд человек. По ее прогнозу к 2030 г. это число вырастет до 1,8 млрд человек. 1950 г. по миру путешествовало всего 25 млн туристов.



ТУРИЗМ — ЛУЧШИЙ ОТДЫХ!



Всемирная туристская организация прогнозирует, что в 2016 г. рост числа туристских прибытий во всем мире составит 4%. Как ожидается, самые высокие темпы роста будут демонстрировать Азиатско-Тихоокеанский (4–5%) и Американский регионы (4–5%), за которыми бюджет следователю Европа (3,5–4,5%). Прогнозы по Африке и Ближнему Востоку также позитивные, хотя и с большей долей неопределенности.



Франция, США, Испания и Китай возглавляют список стран как по числу международных прибытий, так и по доходам от туризма. Париж является самым посещаемым городом в мире



«Один из самых используемых инструментов для продвижения мест назначения» — такое определение было дано шопинг-туризму на открытии Второй ежегодной конференции по шопинг-туризму, проведенной в январе 2016 г. UNWTO в рамках испанской туристической ярмарки FITUR. Шопинг-туризм является «кособо значимым фактором для путешественников при выборе места для поездки и подготовки к ней», подчеркнула Йоланда Пердомо, представительница организации. Мария Хосе Перес, представительница программы «Мадрид — 7 звезд», включающей в себя 300 брендов, сказала, что 80% туристов из Китая, прибывающих в Мадрид, в шопинге видят свою главную мотивацию.

деются лишь на собственные силы, а не на представителей туриндустрии. Ослабления визовых режимов, скидки на билеты или отели на Booking.com, которые иногда достигают 70% и более, — все это заметно поменяло расстановку сил на рынке в последние годы. Желающие почувствовать себя аборигеном в выбранной стране теперь вообще не нуждаются в традиционных услугах турагентств и для поиска места проживания легко могут воспользоваться сервисом arnbnb.com. Приложения стали настолько доступны, что ими можно легко пользоваться на родном языке. Конечно, риск столкнуться с мошенником или просто разочароваться в своих ожиданиях остается.

В итоге турагентства ищут новые ниши, одной из которых становятся уникальные предложения. Например, информационный «детокс» для перегруженных работой топ-менеджеров: необитаемый остров без доступа к интернету или телефонной связи. Когда-то клиенты считали это минусами и возмущались отсутствием сервиса, теперь готовы за это платить. Времена меняются, неизменными остаются эмоции, которые мы стремимся получить от путешествия. И тут туроператоры находят еще один неосвоенный рынок — приключения. Необитаемые острова, непроходимые

леса и высокие горы обещают незабываемые ощущения, которые становятся еще приятнее, когда вы чувствуете себя в безопасности. Эта безопасность и есть забота турфирмы.

Дома лучше?

Российский туристический рынок сейчас переживает один из сложнейших периодов в своей истории. Общее снижение доходов населения, несколько громких скандальных историй с туроператорами и небольшими компаниями болезненно ударили по выездному туристическому рынку, и делать прогнозы на 2016 г., более сложный, чем предыдущий, вряд ли кто-то решится.

Внутренний туризм, к которому с недавних пор начали призывать россиян официальные организации, с одной стороны, мера вынужденная, с другой, мировой тренд. Согласно исследованиям компании Google, с 2011 по 2014 гг. число поисковых запросов, связанных с отдыхом в пределах страны или близко к дому, в англоязычном интернете возросло на 10%.

Несмотря на кризис, россияне не перестанут ездить за границу, изменятся объемы и, возможно, география поездок. Ввиду последних политических событий есть вероятность того, что многие обратят свой взор от традиционных Турции и Египта к бюджетным азиатским курортам (это перекликается и с прогнозами Всемирной туристской организации, обещающей рост азиатского рынка).

Но если в плане пляжного отдыха конкурировать российскому рынку пока сложно, то в вопросах туров в нетронутые цивилизацией места с уникальными природными ландшафтами у нас есть все шансы преуспеть. Тем более, что это туристическое направление сейчас на пике моды.

Наталья ПОПОВА

Туризм

Выставка, организатор	Время проведения	Место проведения	Контакты
ALTM – ASIA LUXURY TRAVEL MARKET Reed Exhibitions China – Shanghai	30.05–2.06.16	Китай Шанхай	www.reedexpo.com; ask_sh@reedexpo.com.cn тел. +86 21 22317001; факс +86 21 22317183
ITE & MICE TKS Exhibition Services Ltd.	16–19.06.16	Китай Гонконг	www.itehk.com; travel@tkshk.com тел. +852 3155 0600; факс +852 3520 1500
THE TRAVEL INDUSTRY EXHIBITION ETF	18–19.07.16	Австралия Сидней	www.etf.com.au; info@etf.com.au тел. +61 3 9321 6755; факс +61 3 9321 6751
CARAVAN SALON DÜSSELDORF Messe Düsseldorf GmbH	26.08–4.09.16	Германия Дюссельдорф	www.messe-duesseldorf.de; info@messe-duesseldorf.de тел. +49 211 4560 900; факс +49 211 4560 668
ITE HCMC Informa Exhibitions	8–10.09.16	Вьетнам Хошимин	www.informaexhibitions.com; headoffice@informa.com тел. +41 41 723 2541; факс +41 41 723 2542
IFTM – TOP RESA Reed Expositions France	20–23.09.16	Франция Париж	www.reedexpo.fr; info@reedexpo.fr тел. +33 (0)1 4756 5000; факс +33 (0)1 4756 5100
ОТДЫХ Евроэкспо	21–24.09.16	Россия Москва	www.euroexpo.ru; violetta@euroexpo.ru тел. +7 495 925 6561/62; факс +7 499 248 0734
INTERNATIONAL TRAVEL EXPO Global-Link	22–24.09.16	Филиппины Манила	www.gesi.com.ph; info@gesi.com.ph тел. +63 2 8937973; факс +63 2 550 1148
CORPORATE TRAVEL WORLD TTG Asia Media Pte Ltd.	27–29.09.16	Таиланд Бангкок	www.ttgasiamedia.com; contact@ttgasia.com тел. +65 6395 7555; факс +65 6536 0896
CARAVANING Fira de Barcelona	15–23.10.16	Испания Барселона	www.firabcn.es; info@firabcn.es web.finnexpo.fi; info@finnexpo.fi
ITB ASIA Messe Berlin GmbH	19–21.10.16	Сингапур	www.messe-berlin.com; central@messe-berlin.de тел. +49 (0)30 3038 0; факс +49 (0)30 3038 2325
TOUR SALON Poznan International Fair	20–22.10.16	Польша Познань	www.mtp.pl; info@mtp.pl тел. +48 61 869 2000; факс +48 61 869 2999
SUISSE CARAVAN SALON BernExpo AG	27–31.10.16	Швейцария Берн	www.bernexpo.ch; info@bernexpo.ch тел. +41 31 340 1111; факс +41 31 340 1110
CARAVANING BRNO BVV	3–6.11.16	Чехия Брно	www.bvv.cz; info@bvv.cz тел. +420 541 151 111; факс +420 541 153 070
THE LUXURY TRAVEL FAIR Clarion Events Ltd.	3–6.11.16	Великобритания Лондон	www.clarionevents.co.uk; info@clarionevents.com тел. +44 (0) 121 767 3769; факс +44 (0) 121 767 2880
CARAVAN BREMEN Fachausstellungen Heckmann	4–6.11.16	Германия Бремен	www.heckmannmbh.de; info@fh.messe.de тел. +49 (0)511 9 90 950; факс +49 (0)511 9 90 9550
SALON INTERNATIONAL DU TOURISME DE LA CÔTE D'AZUR BO2	5–6.11.16	Франция Канны	www.salonbo2.wix.com; salonbo2@outlook.fr тел. +33 (0)4 9434 3002; факс +33 (0)4 9434 3214
WTM – WORLD TRAVEL MARKET Reed Travel Exhibitions	7–9.11.16	Великобритания Лондон	www.reedtravelexhibitions.com; rxinfo@reedexpo.co.uk тел. +44 (0)20 8910 7910; факс +44 (0)20 8910 7879
VACANCES FairCom AG	11–13.11.16	Швейцария Женева	www.fespo.ch; info@fespo.ch тел. +41 (0)44 487 4330; факс +41 (0)44 487 4343
ADVENTURE TRAVEL EXPO – SYDNEY OFM Exhibitions Pty Ltd.	12–13.11.16	Австралия Сидней	www.myadventureexpo.com; info@myadventureexpo.com тел./факс +61 (0)2 9999 2226
SEMINAIRE EXPO Tarsus France	15–17.11.16	Франция Париж	www.tarsus.fr; fbaroun@tarsus.fr тел. +33 (0)1 4118 8618; факс +33 (0)1 4506 2981
PHILOXENIA Helexpo	17–20.11.16	Греция Салоники	www.helexpo.gr; helexpo@helexpo.gr тел. +30 2310 291 111; факс +30 2310 291 674
TTR Romexpo	17–20.11.16	Румыния Бухарест	www.romexpo.ro; romexpo@romexpo.org тел. +40 21 224 3160; факс +40 21 224 0400
WORLD HALAL TOURISM SUMMIT Cacti Events LLC	22–23.11.16	ОАЭ Абу-Даби	www.cactievents.com; hosam@cactievents.com тел. +971 (0) 4 360 3109; факс +971 (0) 4 360 5314
EXPO-ZIM Belgrade Fair	24–27.11.16	Сербия Белград	www.belgradefair.com; info@sajam.co.rs тел. +381 (0)11 2655 555; факс +381 (0)11 2655 402
INTUR Feria de Valladolid	24–27.11.16	Испания Вальядолид	www.feriavalladolid.com; Feriavalladolid@feriavalladolid.com тел. +34 983 429 300; факс +34 983 355 935
RESORTS AND TOURISM SOUD	24–25.11.16	Россия Сочи	www.soud.ru; sochi@soud.ru тел. +7 8622 62 2693; факс +7 8622 62 1026
TT WARSAW MT Polska Sp. z o.o.	24–26.11.16	Польша Варшава	www.mtpolska.com.pl; info@mtpolska.com.pl тел. +48 22 529 3900; факс +48 22 529 3976
NATURIVA Ifema	25–27.11.16	Испания Мадрид	www.ifema.es; infoifema@ifema.es тел. +34 91 722 3000; факс +34 91 722 5801
CITE CEMS	1–3.12.16	Китай Чэнду	www.cems.com.sg; info@cems.com.sg тел. +65 6278 8666; факс +65 6278 4077
ILTM – INTERNATIONAL LUXURY TRAVEL MARKET Hart Productions, Inc.	6–8.12.16	Франция Канны	www.hartproductions.com тел. +1 877 704 8190; факс +1 513 797 1013



ПОВОРОТ ВНУТРЬ



Прошедшие весной этого года в Москве две крупные туристические выставки «Интурмаркет» и МИТТ зафиксировали новую ситуацию на российском рынке. Курс на внутренний туризм можно рассматривать как состоявшийся тренд. Об этом рассказал вице-президент Российского союза туриндустрии Юрий БАРЗЫКИН:

«В 2015 г. снижение спроса на зарубежные турпоездки привело к сокращению числа туроператоров, работающих в этом сегменте, на 70%. За предыдущие два года обанкротились десятки крупных туроператоров. Если в 2013 г. в этой отрасли работало несколько тысяч компаний, то на начало 2016 г. на выездном рынке осталось только 685 туроператоров. При сохранении сложившейся тенденции количество туроператоров на выездном направлении может сократиться в 2016 г. еще на 20–25%.

Российский союз туриндустрии (РСТ) оценивает снижение выездного туризма в 2015 г. почти на треть и рост внутреннего — на четверть. По итогам акций раннего бронирования, популярность краснодарских курортов среди россиян выросла на 100%, а крымских — сразу на 200%. На начало марта 2016 г. было реализовано около 30% всех туров с авансовой оплатой 50% стои-

мости. Туроператоры ожидают, что к концу года рост продаж туров по стране составит не менее 15–20%.

В этих условиях вопрос состоит уже не в том, чтобы привлечь россиян на отечественные курорты, а в том, насколько эти курорты готовы оказать качественные услуги и выдерживать рост турпотока.

Можно выделить некоторые особенности сложившегося туристического спроса. Так, предпочтение отдается пакетным турам, сочетающим обычный отдых с туристическими программами. Многие стали предпочитать организованный туризм “дикому” отдыху. Большой популярностью начали пользоваться региональные туры. По-прежнему существенное место занимает лечебно-оздоровительное направление.

Возрождается так называемый социальный туризм, учитывающий интересы разных социальных групп: молодежи, детей, пенсионеров и т. п.

Расширение внутреннего туризма требует разработки доступной и подробной информации о туристических возможностях нашей страны, отдельных регионов, исторических и достопримечательных мест.

Между тем в туристической отрасли остаются те же, что и раньше, проблемы. Надо совершенствовать законодательство, прежде всего в направлении защиты прав потребителей туристических услуг, а также регламентирования деятельности самих туроператоров. Недостаточно отрегулирована сфера страхования туров. Существуют проблемы, связанные с завышением тарифов.

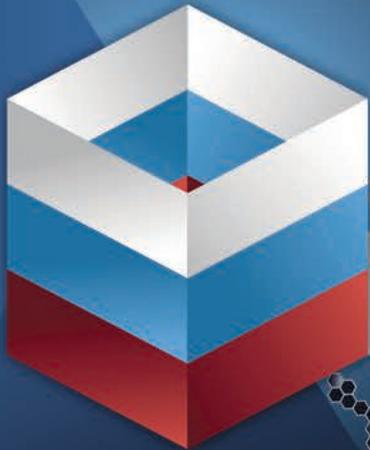
Организация туристических поездок является комплексным мероприятием, работа в этой области требует тесного сотрудничества с компаниями, занимающимися бизнесом в смежных секторах: гостиничном, ресторанном, транспортном, торговом».

В 2016 г. ожидается рост продаж туров по стране не менее чем на 15–20%

В России находятся 23 объекта Всемирного наследия ЮНЕСКО, 41 национальный парк и 103 заповедника



2-я международная специализированная выставка



ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ

13-15 сентября 2016 года

МВЦ «Крокус Экспо»

- станкостроение
- машиностроение
- металлургия
- топливно-энергетический комплекс
- атомная промышленность
- химико-технологический комплекс
- сельское хозяйство
- производство, переработка и хранение продуктов питания
- информационные технологии, связь
- радиоэлектроника
- лесопромышленный комплекс и деревообработка
- строительная индустрия
- наука
- медицина
- фармацевтика
- лёгкая промышленность
- банки и финансовые структуры
- православные традиции
- регионы России

12+
реклама

www.imzam-expo.ru



ШИРОКА СТРАНА МОЯ РОДНАЯ

Непростая экономическая ситуация сказывается практически на всех отраслях экономики России. Один из наиболее тяжелых ударов пришелся по туризму. Из-за падения курса рубля путешествия за рубеж для многих стали неподъемно дорогими. Пришлось заново знакомиться с географией родной страны.

За 1-е полугодие 2015 г. выездной туризм сократился на 40%, зато существенный рост показал внутренний туризм. По словам руководителя Федерального агентства по туризму (Ростуризм) Олега Сафонова, 2015 г. был очень успешным с этой точки зрения. По оценке Ростуризма, в прошлом году по территории нашей страны состоялось примерно 50 млн поездок по сравнению с 41 млн в 2014 г.

Огромное пространство, множество малозаселенных районов, многообразные ландшафты и различные климатические зоны, обилие культурных и исторических достопримечательностей дают большие возможности для путешествий по России. Отдыхать едут в горы, в экзотические нетронутые цивилизацией места, которых достаточно в Карелии, на Алтае, на Сахалине, в Сибири.

Любят интересно прошлое России, их привлекает богатое культурное наследие нашей страны. Кроме Москвы и Санкт-Петербурга, большую популярность получили небольшие города, которые славятся интересной историей, достопримечательностями и своей неповторимой архитектурой. Это города «Золотого кольца», Тверь,

Углич, Коломна, Муром, Калуга, Вологда и многие другие.

За невозможностью выехать в Египет или Турцию многие туристы устремились на юг России — на курорты Краснодарского края и в Крым. По словам Сафонова, в прошлом году Краснодарский край посетило более 14 млн человек — это один из самых успешных в туристическом отношении годов за последнее время. В Крыму отдохнули около 5 млн человек — это также больше, чем годом ранее. Рост происходит и по другим туристическим направлениям. Порядка 60 тыс. человек посетили Дальний Восток и Камчатку — рост более 25%. Здесь туристам предлагаются экзотические туры с активным отдыхом, включающие посещение термальных источников с горячими гейзерами, восхождение на действующие вулканы, сплавы по рекам, рыбалка и морские прогулки. Зимой популярностью пользуются катание на снегоходах и горных лыжах, подводная рыбалка, катание на собачьих упряжках.

Большой потенциал роста имеет событийный туризм. «Крупные события позволят преодолеть сезонность отдыха в России», — считает Олег

Сафонов. По его мнению, именно событийный туризм является одним из перспективных, быстроразвивающихся и неисчерпаемых по содержанию видов туризма.

Туроператоры уловили этот тренд и активно предлагают событийные поездки. Для того, чтобы привлечь туриста на чемпионат мира по футболу, особого креатива не требуется, а вот заманить его, допустим, на праздник «Цветение маральника» на Алтае — для этого нужны серьезные усилия. На прошедшей в «Крокус Экспо» выставке «Интурмаркет» таких нестандартных предложений было много. Если событий, подобных мундиалю, не предвидится, их создают сами. Так, Казань зазывает на Сабантуй и «Татарский Каляпуш», Углич манит мастер-классами по изготовлению художественного войлока и росписи имбирных пряников, тот же Алтай приглашает на народные гуляния «Купальские забавы», на Шукшинские дни, Фестиваль чая, а Енисейск — на Августовскую ярмарку и так далее.

Некоторые эксперты полагают, что в недалеком будущем число участников событийных туров превысит число любителей обычных экскурсионных туров.

Если раньше о развитии внутреннего туризма только говорили, но мало что делали, то теперь, в связи со сло-

По оценкам Всемирной туристской организации, туризм стимулирует развитие 53 отраслей народного хозяйства, создает новые рабочие места и способствует росту ВВП



В последние годы становится очень востребованным автотуризм, иногда граничащий с экстримом. Большое распространение получил джиппинг — езда по бездорожью по заранее проложенному маршруту. Любителям острых ощущений предлагают джип-тур «Ледовое приключение на Байкале» или экспедицию на квадроциклах «Байкальский эксклюзив». Сафари на квадроциклах и джипах предлагают и в Карелии.



В России набирает силу лечебно-оздоровительный туризм. Причем если раньше главной здравницей России считались курорты Кавказа с его минеральными водами и лечебными грязями, то теперь география оздоровительных поездок существенно расширилась. Можно поехать на бальнеологический и грязевой курорт «Марциальные Воды» в Карелии, можно поправить здоровье на термальном источнике «Дзелинда» или водолечебнице «Хакусы» на северном Байкале, великодушные возможности лечебно-оздоровительного туризма предлагает город-курорт Белокуриха на Алтае, а Барнаул приглашает на курс лечебного голодания в одном из санаториев.

жившейся ситуацией, правительству пришлось предметно заняться данным вопросом.

Так, Ростуризм энергично взялся за реализацию федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в (2011—2018 гг.)». В реализации программы участвуют 26 регионов, еще 17 готовы подключиться в ближайшее время, они представили свои туристские кластеры. Программа построена на принципах государственно-частного партнерства.

Создается большой автомобильный туристический кластер в Алтайском крае, в Липецкой области, в Иркутской области, в Бурятии. Имеются интересные планы по развитию водного туризма в регионе с богатой акваторией — Ивановской области. В республиках Тыва, Саха (Якутия) создаются этнокультурные комплексы. Реализуются крупные проекты в Рязанской, Ярославской областях. Инвесторы, строившие «Розу Хутор» в Сочи, открыли туристический комплекс «Завидово» в Тверской области. Это проект, который соответствует самым высоким мировым стандартам.

По прогнозам Ростуризма, неуклонно будет расти число отдыхающих

в Крыму. Более того, ряд российских предприятий направляет своих сотрудников на отдых в Крым по линии социального страхования. На этой идее базируется программа «Отдых», подготовленная Ростуризмом, по которой предлагается реализовывать путевки работникам организаций со значительной скидкой.

Планируется решить вопрос и с дороговизной авиаперевозок — одной из основных проблем, сдерживающих поток туристов. В ближайшем будущем за счет программы Правительства России по субсидированию межрегиональных перевозок в ряде российских регионов цена на авиабилеты снизится.

Существуют и другие идеи для поддержки путешествий по своей стране. Есть предложение компенсировать работникам организаций затраты на отпуск, проведенный в России (до 50 тыс. руб.). Если поездка на одного человека стоила более 50 тыс., возвращена будет только эта установленная сумма. Если дешевле — то по факту расходов. Речь, естественно, идет лишь об оформленных организованных турах. Законопроект, поддержанный Министерством культуры и экспертами туротрасли, осенью 2015 г. внесен в Госдуму.

Закон о компенсациях на отпуск потребует внесения изменений в Налоговый кодекс. Они позволят работодателям учитывать затраты на компенсацию отдыха в составе расходов на оплату труда



Минусинск приглашает посетить ежегодный праздник — День помидора (гордость этих мест)

В 2015 г. на отдых за границу, по оценке Союза туриндустрии, выехало на 31,3% меньше российских туристов, чем годом ранее. Среди стран, сильнее всех пострадавших от падения российского турпотока, — Индонезия (-96,6%), Тунис (-83%), Доминикана (-82,5%), Таиланд (-46%), Китай (-45,5%), Индия (-43,7%), Мальдивы (-43,7%). Из стран ЕС более всего сократился турпоток в Грецию (-48%), Испанию (-43%), Хорватию (-41%), чуть меньше — в Италию (-38%), Чехию (-37,5%), Финляндию (-37%) и Германию (-30%).

Как разъяснил один из разработчиков законопроекта, председатель Комитета Совета Федерации по социальной политике Валерий Рязанский, по статистике средняя стоимость организованного туристского маршрута по России на одного человека на две недели составляет около 30 тыс. руб. Этого, по мнению Рязанского, вполне хватит и на готовый тур в Крым, и в Карелию, и даже при желании на Камчатку. Условно семья из четырех человек, потратившая на отпуск в России 200 тыс. руб. с учетом налога в 26 тыс. руб., может рассчитывать на компенсацию в 174 тыс. руб.

По замыслу авторов законопроекта, компенсация может распространяться не только на супругов и детей работников предприятий, но и на нетрудоспособных родителей.

Таким образом, отмечают в Совете Федерации, стимулируется развитие организованного туризма на внутреннем рынке. Долгие годы туроператорское сообщество было ориентировано на поездки за рубеж, новый законопроект позволит переломить ситуацию, уверены его авторы.

**Ирина КОНДРАШОВА
Ирина МУРАВЬЕВА**



С 19 по 22 мая 2016 г. в МВЦ «Крокус Экспо» пройдет выставка «Открой свою Россию» (организатор — «РЭД ГРУПП»). Основной темой выставки станет активный и приключенческий туризм в России, включая спортивный, а также все виды снаряжения и экипировки для походов, путешествий и других видов активного отдыха на природе. Мероприятие как нельзя кстати предшествует открытию летнего туристического сезона и будет интересно каждому путешественнику.



ЧЕРНОЕ МОРЕ МОЁ

Черное море, как и Средиземное, можно назвать колыбелью человеческой цивилизации. Вокруг него сформировалось много ярких культур и экономических систем, имевших активные связи на протяжении тысячелетий. Черное море до сих пор является объединяющим фактором для стран, расположенных на его берегах.

Именно это послужило мотивом для создания в 1999 г. Организации черноморского экономического сотрудничества (ЧЭС), в которую вошли 12 государств Причерноморья и Южных Балкан: Азербайджан, Албания, Армения, Болгария, Греция, Грузия, Молдавия, Россия, Румыния, Сербия, Турция, Украина.

В странах, расположенных на берегах Черного моря, имеется более 50 курортных городов и зон отдыха для туристов

Выставка и форум стали площадкой для обсуждения актуальных вопросов дальнейшего развития сотрудничества государств региона в таких важных областях, как инвестиции в инфраструктурные проекты, совместная разработка природных ресурсов, расширение образовательных, научных и культурных программ, а также реализация природоохранных и энергетических проектов.

Для всех стран региона Черное море является важнейшим туристическим и рекреационным районом. По этой причине особое внимание было уделено участниками мероприятий развитию туризма, созданию туристических кластеров, совершенствованию соответствующей инфраструктуры как в силу хозяйственной значимости этой отрасли, так и по причине быстрой окупаемости затрат в данном секторе экономики.

На Черном море работают около 10 крупных морских торговых портов мирового значения, через которые в год проходит более 250 млн т грузов

В первой половине 2016 г. Российская Федерация председательствует в ЧЭС, в связи с чем в Москве были организованы выставка и форум «Черное море — 2016», которые прошли в МВЦ «Крокус Экспо» с 27 по 29 апреля. Инициатором мероприятий выступил Российский Национальный комитет по Черноморскому экономическому сотрудничеству (РНК ЧЭС), а организаторами — компании SENEXPO, ООО «РусИнтерЭкспо».



КРОКУС

ТЕПЛОХОД VIP-КЛАССА



Совершите незабываемую прогулку по Москве-реке
на теплоходе VIP-класса «Крокус»!

ПЕРВОКЛАССНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ
ПРОВЕДЕНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ РАЗЛИЧНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ
КЕЙТЕРИНГ ОТ RESTAURANTS BY CROCUS GROUP



Капитан — Бобриков Николай | тел.: +7 985 760 97 44
Менеджер — Володина Любовь | тел.: +7 903 961 37 31

www.teplohod-crocus.ru

Выставки, конгрессы, форумы

NÜRNBERG MESSE

NÜRNBERGMESSE

Центр экономических исследований CESifo Group Munich — ifo-institut (Мюнхен) провел исследование бюджетной эффективности работы выставочного центра NürnbergMesse. Исследования проводились в 2013–2014 гг. методом опроса 1700 экспонентов и 5500 посетителей выставок и конгрессов. В целом прямой и косвенный доход в бюджеты всех уровней от деятельности комплекса оценивается в 1,65 млрд евро в год, при этом на сам Нюрнберг приходится 770 млн евро, на города и населенные пункты вокруг города — 160 млн евро, на другие местности федеральной земли Бавария — 280 млн евро, на другие федеральные земли — 440 млн евро. Объем прямых дополнительных налоговых поступлений в результате деятельности комплекса достигает 302 млн евро, при этом в Германии создается 14,8 тыс. рабочих мест (в самом Нюрнберге — 9,5 тыс.).



EGYPS

С 14 по 16 февраля 2017 г. в Каире состоится первая египетская национальная выставка и конференция нефтяной промышленности Egypt Petroleum Show — EGYPS-2017. Цель проекта — привлечение инвестиций в нефтегазовый сектор страны. Устроители ожидают не менее 400 экспонентов и свыше 10 тыс. посетителей. Выставка готовится при беспрецедентной поддержке властей под личным покровительством президента Египта Абдель Фаттах Эль-Сиси. Выставочный оператор — компания dmg events (офис по работе со странами Среднего и Ближнего Востока, Азии и Африки, базирующийся в Дубае и специализирующийся на организации мероприятий в арабских странах). Место проведения — комплекс Каирский международный конгрессно-выставочный центр (Cairo International Convention & Exhibition Centre, CICEC).



FOIRE INTERNATIONALE DE LYON

С 18 по 28 марта гости традиционной ярмарки в Лионе могли совершить настоящее путешествие во времени. Одновременно с международной выставкой Foire Internationale de Lyon, отмечающей свое столетие, была организована ретроспективная экспозиция “100 ans de la Foire de Lyon” («Сто лет Лионской ярмарке»), посвященная всем этапам развития этого уникального проекта. В 1916 г. выставку проводили городские власти во временных павильонах на городских улицах, а в 2016 г. — компания GL events Exhibitions в Лионском конгрессно-выставочном комплексе EUREXPO.



CRAIN COMMUNICATIONS LTD

Организатор ведущих международных выставок полиуретановой индустрии — многопрофильная компания Crain Communications Ltd. (Великобритания) объявила о новом проекте UTECH Las Americas. Выставка намечена на 4–6 апреля 2017 г. в комплексе Centro Vanamex в Мехико (Мексика). Предполагается, что она будет пользоваться большим успехом, поскольку охватывает быстро растущий рынок химической промышленности Латинской Америки и к тому же легко доступна для специалистов из Северной, Центральной и Южной Америки. Организатор проводит еще четыре проекта той же тематики: UTECH North America, UTECH Europe, PU China и UTECH Asia.



CAPE TOWN INTERNATIONAL CONVENTION CENTRE

Выступая в парламенте ЮАР, министр финансов Правин Гордан сообщил о близком завершении масштабной реконструкции Международного выставочно-конгрессного центра в Кейптауне (CTICC). По существу, это означает удвоение возможностей по проведению выставок и конгрессов. В настоящее время комплекс предлагает 11,4 тыс. кв. м выставочной площади, многофункциональный зал площадью 2 тыс. кв. м и 33 конференц-зала вместимостью от 32 до 250 человек. После окончания реконструкции, в марте 2017 г., он получит еще 10 тыс. кв. м для проведения выставок и конгрессов и 3 тыс. кв. м — для других мероприятий.



SWEDISH EXHIBITION & CONGRESS CENTRE GROUP

Итоги прошлого года стали рекордными для группы предприятий Swedish Exhibition & Congress Centre Group: товарооборот достиг 130 млн евро, что на 28% выше показателей 2014 г. Операционная прибыль составила 17 млн евро. Общее количество посещений выставок и конгрессов выросло на 26% — примерно до 1,8 млн. Группа предприятий владеет выставочным и конгрессным центром Svenska Mässan и гостиничным комплексом Gothia Towers в Гетеборге. В декабре 2015 г. был представлен план развития комплекса на ближайшие 15 лет, включающий строительство двух новых зданий, входов и аркады.



INFORMA EXHIBITIONS

Американское издательство COLE Publishing объявило о продаже специализированной выставки WWETT (Water & Wastewater Equipment, Treatment & Transport Show) компании Informa Exhibitions. Выставка проходит ежегодно в Индианаполисе (США) и считается одним из крупнейших мировых смотров в области водоснабжения и обработки сточных вод. В 2015 г. в ней приняли участие 597 экспонентов, включая 74 иностранных, и 13,8 тыс. посетителей. Площадь экспозиции нетто — 29,7 тыс. кв. м.



HSP INTERNATIONAL GROUP

Ведущая иранская выставочная компания HSP International Group подписала соглашение с Министерством торговли и промышленности Афганистана, согласно которому она становится уполномоченным представителем министерства по организации международных и национальных выставок в этой стране в течение следующих пяти лет. В рамках соглашения 1 мая 2016 г. в Кабуле начинается строительство трех первых выставочных залов Международного выставочного центра Афганистана.

Подготовлено по материалам UFI Exhibition Newsletter, Issue 7, 8, 9, 10, 2016; ifo Institut, Munchen, 2016; www.cticc.co.za

«КРОКУС ЭКСПО»:

ДЕНЬ ЗА ДНЕМ

Rosmould

11-я Международная выставка дизайна, проектирования, производства и эксплуатации форм, пресс-форм и штампов Rosmould проходит с 15 по 17 июня. На протяжении вот уже десяти лет она привлекает тысячи специалистов самых разных специальностей. Трудно найти производственную сферу, в которой формообразующая оснастка не использовалась бы в главных технологических процессах: это происходит при производстве пластмасс и композитов, металлов и сплавов, резинотехнических изделий, керамики, стекла. Деловая программа смотра включает серию семинаров по актуальным проблемам создания оснастки, 3D-моделирования и прототипирования. В 2015 г. Rosmould привлек 261 экспонента, включая 27 иностранных из 8 стран.



«Роспласт»

Тематика проекта, без всяких преувеличений, определяет лицо современного мира, ведь речь идет о самом широком спектре товаров и услуг, связанных с индустрией пластмасс. Оборудование и технологии, сырье и полуфабрикаты, готовые изделия из композиционных материалов и пластмасс, системы диагностики, средства контроля, программы управления — все это и многое другое представлено на 7-й Международной выставке «Роспласт», проходящей с 15 по 17 июня. В 2015 г. в выставке приняли участие 149 экспонентов, в том числе 29 зарубежных из 5 стран.

HeliRussia

Современная вертолетная техника гражданского и военного назначения, специализированное оборудование, комплексы управления, навигации и связи — все, чем до предела насыщены последние модели вертолетов, ставшие сегодня огромными летающими компьютерами, можно увидеть с 19 по 21 мая на единственной в России Международной выставке вертолетной индустрии HeliRussia. Участники представляют все виды продукции и услуг для отрасли: от проектирования и производства до обеспечения безопасности полетов. В 2015 г. в выставке приняли участие 194 экспонента, включая 48 иностранных компаний из 18 стран.



«СТТ / Строительная техника и технологии»

17-я Международная специализированная выставка «СТТ/Строительная техника и технологии» по праву считается крупнейшим отраслевым смотром России. Ежегодно около тысячи компаний со всего мира демонстрируют в павильонах и на открытых площадках «Крокус Экспо» строительный и специальный транспорт, дорожно-строительные комплексы и десятки других машин и механизмов, не говоря уже о новейших разработках и самых актуальных технологических решениях. Сроки проведения выставки в 2016 г.: 31 мая — 4 июня. Пропустить ее специалист просто не имеет права.

InterLogistika



Своеобразным продолжением и дополнением проекта «СТТ/Строительная техника и технологии» является 5-я Международная выставка комплексных решений в транспорте и логистике InterLogistika. Профессионалы высоко ценят ежегодный бизнес-форум под тем же именем — масштабное деловое мероприятие, объединяющее участников рынка логистических, транспортных и складских услуг, экспортеров, таможенников, разработчиков IT-решений, представителей всех видов торговли и служб безопасности.



World Dog Show

В МВЦ «Крокус Экспо» с 23 по 26 июня впервые в России пройдет Международная выставка собак World Dog Show—2016. Ожидается, что в мероприятии примут участие свыше 25 тыс. собак более 300 пород из 35 стран. В рамках выставки состоится чемпионат мира по танцам с собаками. Это костюмированное представление с участием собаки и человека, демонстрирующее чудеса дрессировки. В Москву приедут такие редкие породы собак, как ланкаширский хилер, чешский терьер, спиноне итальяно и другие.

«Московское Тюнинг Шоу»

Каждый год в течение трех дней «Крокус Экспо» превращается в огромный магнит, притягивающий сотни поклонников авторского дизайна и технической «накачки» автомобилей. Речь идет о Международной выставке автомобильной индустрии «Московское Тюнинг Шоу». В этом году она проходит уже в восьмой раз и состоится с 20 по 22 мая. Здесь можно видеть не только товары и услуги, связанные с тюнингом автомобильной и мототехники, но и настоящие шедевры аэрографии, не говоря уже о полете дизайнерской фантазии в оформлении интерьера и экстерьера «железных коней».





КУРС НА РАЗВИТИЕ

Всемирная ассоциация выставочной индустрии (UFI) подготовила очередной, 16-й «Глобальный барометр» (Global Barometer) состояния мирового выставочного рынка, в котором представлены итоги опроса представителей 240 компаний из 58 стран мира.

Исследование охватывает все регионы мира. Информация для анализа предоставлена выставочными компаниями — членами UFI из Европы, Азии и Ближнего Востока. В отчет также вошли сведения, подготовленные другими выставочными ассоциациями: SISO (США), EXSA (ЮАР), AFIDA (Центральная и Южная Америка), AMPROFEC (Мексика) и UBRAFE (Бразилия).

Начиная с 2009 г. данный опрос проводится дважды в год — в декабре и июле. Цель последнего анкетирования — получить оценки того, как мировая экономика повлияла на выставочный бизнес в 2015 г. и дать прогноз на текущий год. В сравнении с предыдущим зимним отчетом, опубликованным в декабре 2014 г., количество опрошенных компаний увеличилось на 20%, а число национальных и межрегиональных выставочных рынков, по которым проведен анализ, выросло с 5 до 12.

Оборот

Согласно полученным данным, в этом году роста общего оборота ожидают 60–70% компаний в разных регионах мира.

В сравнении с 2015 г. ситуация улучшается в Европе, Северной и Южной Америке. Относительно стабильное положение наблюдается в Азии и Тихоокеанском регионе. Небольшое снижение зафиксировано на Ближнем Востоке и в Африке.

Говоря об Америке, авторы исследования отмечают, что выставочный бизнес США и Мексики отличают более сильные темпы роста товарооборота в сравнении с Бразилией (улучшения здесь ждут лишь во второй половине 2016 г.) и другими странами Центральной и Южной Америки — там примерно половина компаний прогнозирует падение товарооборота в течение двух лет. В Германии, Италии и прочих европейских странах 70–80% организаторов выставок ожидают позитивных результатов. В России, наоборот, преобладают негативные тенденции: представители компаний говорят о возможном снижении оборота, по крайней мере, до второй половины 2016 г.

Определенный уровень неуверенности в отношении прогнозов на 2016 г. характерен для Китая, Ближнего Востока и Африки.

Прибыль

В целом по миру от 30 до 40% компаний заявили об увеличении операционной прибыли в прошлом году более чем на 10%, что соответствует аналогичным показателям 2013–2014 гг.

Самыми большими оптимистами оказались руководители выставочных компаний в США и, как ни странно, на Ближнем Востоке, где такой ответ дали 53% респондентов. В Бразилии показатель вдвое ниже — 25%. Россия демонстрирует полный пессимизм — 8%, но это вряд ли кого-то удивит.

Важнейшие проблемы

Руководителей выставочных компаний попросили определить три самых важных проблемы для развития их бизнеса из предложенного списка.

Приблизительно 80% респондентов выбрали следующие темы: состояние национальной экономики (25% ответов); развитие глобальной экономики (20%); конкуренция в выставочном бизнесе (19%); внутренние проблемы (14%), самой сложной из которых считается подбор персонала.

Следующим по значимости названо влияние цифровых технологий на выставочный бизнес (необходимость отвечать на растущие требования потребителей выставочных услуг, появление новых цифровых устройств и программного обеспечения, развитие процессов управления внутри компаний). Вызывает беспокойство конкуренция с другими маркетинговыми инструментами продвижения бизнеса (интернетом, социальными сетями, виртуальными выставками и пр.).

Наименее важными вопросами названы регулирование выставочной деятельности и проблемы самих владельцев бизнеса: устойчивое развитие предприятий, здоровье, безопасность и пр.

Приоритеты стратегии

Участников опроса попросили рассказать о приоритетах стратегии развития их бизнеса — что для них важнее: усиление активности в собственной стране или выход на чужие национальные рынки.

Примерно 6–7 из каждых 10 компаний зарегистрировали рост оборота во 2-м полугодии 2015 г. и ожидают того же в 2016 г.

Оказалось, что подавляющее большинство респондентов планирует расширить свой бизнес только дома. В среднем по миру таких компаний оказалось 88%, в Европе — 92%, в Северной и Южной Америке — 77%, в Азии и Тихоокеанском регионе — 85%, на Ближнем Востоке и в Африке — 80%. Характерно, что главными «домоседами» являются владельцы комплексов и организаторы мероприятий (84%), среди компаний выставочного сервиса их меньше (75%). При этом лишь 10–20% предприятий собираются выходить на зарубежные рынки.

Что касается методов работы, то в среднем лишь 14% выставочных компаний полностью удовлетворены суще-

По результатам опроса, 100% российских компаний намерены продолжать бизнес исключительно в своей стране, ни одна компания не выразила желания распространить свое присутствие на другие страны

ствующим положением и ставят цель лишь сохранить завоеванные позиции.

Активно развивать свои проекты за счет традиционных форм организации выставок (привлечение новых экспонентов, продвижение в СМИ, рассылка приглашений, организация деловой программы, реализация программ лояльности партнеров и системы предварительного назначения деловых встреч) намерены 65% опрошенных.

Внедрять новые формы и методы работы с помощью цифровых технологий будут 57% компаний, заниматься всеми видами продвижения (традиционными и цифровыми) — 27%.

Чего ждать от поколения «миллениум»?

Новый вопрос исследования, впервые включенный в отчет UFI, связан с обострившейся проблемой молодых специалистов (так называемого поколения миллениум — сотрудников, родившихся на переломе XX и XXI вв.). Тенденцией последнего времени стало снижение их лояльности по отношению к своим компаниям — они меньше ценят рабочее место и всегда готовы уйти, если получат более привлекательное предложение. В итоге растут расходы на подбор и обучение персонала.



Итоги опроса выставочных компаний

Как меняется оборот?			
Ответы, %	Германия	Италия	Россия
2015 г.			
Рост оборота	67	67	33
Снижение менее чем на 10%	25	22	42
Снижение более чем на 10%	8	11	25
1-е полугодие 2016 г.			
Рост оборота	73	88	27
Снижение менее чем на 10%	27	-	36
Снижение более чем на 10%	-	-	27
2-е полугодие 2016 г.			
Рост оборота	82	78	42
Снижение менее чем на 10%	18	11	17
Снижение более чем на 10%	-	-	25
Как меняется прибыль?			
2015 г.			
Рост более чем на 10%	40	30	8
Стабильно (от -10% до +10%)	30	70	67
Снижение на 11-50%	20	-	17
Снижение более чем на 50%	10	-	8

Для целей отчета было обработано 13 анкет из России. На вопрос «Как изменился оборот вашей компании во 2-м полугодии 2015 г. по сравнению с тем же периодом 2014 г.?» 42% ответили, что он снизился менее чем на 10%; 25% отметили снижение более чем на 10%; 33% отметили его рост. В 1-м полугодии 2016 г. 36% ожидают снижения оборота менее чем на 10%, 27% — более чем на 10%, 27% ждут роста. На 2-е полугодие 2016 г. ожидания российских компаний более позитивны: 17% — снижение менее чем на 10%, 25% — снижение более чем на 10%, 42% — рост.

ФОТО: PESHKOVA/DEPOSITPHOTO.COM

Выставки и рынки

По результатам ответов, операционная прибыль 67% российских выставочных компаний в 2015 г. оказалась, как и в предыдущем году, стабильной, то есть колебалась в пределах от -10 до +10%. У 17% она снизилась по сравнению с 2014 г. на 11–50%, у 8% снижение оказалось более чем на 50%. Еще 8% компаний зарегистрировали рост прибыли более чем на 10%.

Опрос показал, что эта проблема действительно существует: в каждой третьей компании заявили о росте затрат на привлечение персонала. Ряд руководителей считают, что это напрямую влияет на снижение оборота, при этом некоторые из них уже принимают меры для решения этой проблемы, в том числе и самые радикальные — назначают на руководящие должности молодых перспективных сотрудников.

Другие респонденты пока не сталкивались с «кадровым голодом», но думают, что он не за горами.

Характерно, что в разных регионах мира острота этой проблемы различна: в Азии и Тихоокеанском регионе о ней говорят 55% респондентов, на Ближнем Востоке и в Африке — 40%, в Северной и Южной Америке — 37%, а в Европе — лишь 14%.

Особенности национальных рынков

В исследовании приведены данные по следующим национальным и межрегиональным выставочным рынкам: США (на основании 15 ответов), Мексика (17), Бразилия (13), другие страны Центральной и Южной Америки (14), Германия (12), Италия (10), Россия (13), прочие страны Европы (46), Южная Африка

(24), Ближний Восток (17), Китай (22), другие страны Азии и Тихоокеанского региона (28).

Очевидно, что число рассмотренных анкет крайне мало и в принципе не может служить репрезентативной выборкой для количественного маркетингового анализа. Тем не менее эти результаты могут рассматриваться как итоги качественных исследований (фокус-групп) и с этой точки зрения интересны для понимания субъективных оценок ведущих игроков рынка разных стран.

Из представленных данных ясно, что самые пессимистичные настроения господствуют в России: лишь 27% респондентов ожидают в 1-м полугодии 2016 г. роста оборота. В США таких компаний втрое больше — 85%, в Италии — 88%, в Германии — 75%. Ну а поскольку выставки всегда были и остаются зеркалом развития национального рынка, показатель этот очень тревожный.

Главным же итогом исследования UFI можно считать очевидные позитивные тенденции развития глобального выставочного рынка в условиях роста международных конфликтов и общей нестабильности в мире. Странно, но факт.



Итоги опроса выставочных компаний

Как меняется оборот?				
Ответы, %	США	Мексика	Бразилия	Китай
2015 г.				
Рост оборота	91	79	44	69
Снижение менее чем на 10%	9	14	33	25
Снижение более чем на 10%	-	7	22	6
1-е полугодие 2016 г.				
Рост оборота	85	88	45	58
Снижение менее чем на 10%	8	6	45	21
Снижение более чем на 10%	-	6	-	5
Нет ответа	8	-	9	16
2-е полугодие 2016 г.				
Рост оборота	67	81	75	47
Снижение менее чем на 10%	25	-	17	20
Снижение более чем на 10%	-	6	-	7
Нет ответа	8	13	8	27
Как меняется прибыль?				
2015 г.				
Рост более чем на 10%	55	35	25	32
Стабильно (от -10% до +10%)	40	53	58	59
Снижение на 11-50%	-	-	-	9
Снижение более чем на 50%	7	12	17	-

Медафарм сити
Продажа медицинского оборудования

Функциональная диагностика
ЛОР-оборудование
Эндоскопия
Реанимация и стерилизация

medafarm.ru Телефон: +7 (495) 772-79-56
+7 (495) 215-28-56

Медафарм Studio
Веб студия

Создание и продвижение медицинских сайтов.
Контекстная реклама.
Сайты в аренду

medafarm-studio.ru Телефон: +7 (495) 772-79-56
+7 (495) 215-28-56

Health Voyage Турагентство

Оздоровительные
Лечебные и relax-туры
Экскурсионный и пляжный отдых
Доставка туров

healthvoyage.ru Телефон: +7 (495) 772-79-56
+7 (495) 215-28-56

Реклама



Новая банкетная площадка на территории Крокус Экспо



Реклама



Sucré

Банкейт

КЕЙТЕРИНГОВАЯ СЛУЖБА

Организация фуршетов, банкетов, кофе-брейков

Тел.: +7-925-544-70-45; +7-925-508-60-06

www.gg-g.ru

В КОРОБКАХ, БАНКАХ И БУТЫЛКАХ

С 14 по 17 июня 2016 г. в МВЦ «Крокус Экспо» состоится 21-я Международная выставка упаковочной индустрии RosUpack-2016. Это самая крупная в России и странах Восточной Европы выставка упаковочной индустрии, на которой комплексно представлен процесс упаковочного производства для различных отраслей. Организатор — выставочная компания МВК в группе компаний ITE.

Свою продукцию на выставке представляют более 500 компаний из почти 30 стран мира. Ежегодно экспозицию посещают свыше 18 тыс. гостей. Среди них — руководители и специалисты предприятий пищевой, фармацевтической и химической промышленности, складского хозяйства, оптовой и розничной торговли, других отраслей.

Чтобы понять масштабы проекта, нужно привести статистику за два последних года, поскольку падение показателей в 2015 г. свидетельствует скорее о кризисных явлениях в экономике России, чем о динамике самой выставки. Нет сомнений, что при улучшении конъюнктуры RosUpack быстро восстановит свои позиции. В 2014 г. в ней участвовали 714 экспонентов из 29 стран (в 2015 г. — 515), включая 282 (2015 г. — 136) иностранных, 19 тыс. посетителей (2015 г. — 18 тыс.). Площадь экспозиции нетто — 13,4 тыс. кв. м (10,2 тыс.).

Люди используют упаковку давно и везде. Например, консервы существуют уже около 200 лет. Но люди и раньше задумывались над тем, как сохранить продукты, чтобы они не портились. Самые древние способы — сушка и копчение. Североамериканские индейцы сушили мясо и рыбу на солнце, потом измельчали с помощью дробления или растирания. Получался порошок, его обильно сдабривали пряностями и в спрессованном виде закладывали в кожаные мешки. Такая пища могла храниться полгода

и больше. В романе Жюль Верна «Путешествие и приключения капитана Гаттераса» есть упоминания об этих «консервах». Сохранились сведения о том, что дневной рацион участников экспедиции Руаля Амундсена в 1909 г. включал в себя 420 г такого порошка. А 80 г этого сушеного и перемолотого с овощами мяса, смешанного с растопленным жиром, хватало для приготовления чашки супа.

В 1764 г. вышел секретный указ Екатерины II: «Для пользы мореплавания и купечества на восток наших верных подданных, за благо избрали мы учинить поиск морского проходу Северным океаном на Камчатку и далее». Руководить этой арктической экспедицией было поручено капитану первого ранга В. Я. Чичагову, а ее инициатором был М. В. Ломоносов. Он занимался подготовкой и техническим оснащением путешествия, и в частности заказал вольному кухмистеру Кайзеру изготовление «сушеного супа со специями и без специй по полтора пуда каждого сорта». Таким образом, концентраты уже были в ходу. Однако сушка и вяление не лучшим образом сказывались на вкусовых качествах продуктов.

К методу стерилизации и герметизации пришли на рубеже XVIII—XIX вв. Возможно, такие попытки делались еще в древности. Римскому политику и обществу деятелю Марку Порцию Катону Старшему приписывают старейший рецепт консервирования

Изобретателем первых консервов считается Николя Франсуа Аппер, в 1804 г. он придумал способ длительного хранения съестных припасов

Выставка упаковки родилась ровно 20 лет назад. В «Росупак-96» в Сокольниках участвовало чуть более 150 экспонентов, три четверти из них — отечественные.

виноградного сока: влить сок в амфору, засмолить пробку и держать эту амфору в бассейне тридцать дней. Такой сок оставался годным к употреблению в течение года.

Но либо это легенда, либо к XIX в. об этом забыли. Изобретателем первых консервов считается Николя Франсуа Аппер, 16 лет работавший поваром и кондитером в Париже. В 1804 г. он придумал способ длительного хранения съестных припасов. Продукты закладывали в стеклянную тару, герметично закупоривали, а затем кипятили в соленой воде для увеличения температуры кипения. Маленькие банки кипятили полтора часа, более крупные — 3–4 часа. Температура прогрева была чуть выше 100 градусов (с изобретением автоклава появилась возможность прогревать содержимое консервных банок до 135 градусов). Французское правительство назначило изобретателю награду в 12 тыс. фр. с условием, что он подробно разработает и напечатает свой опыт, что он и сделал в 1810 г.

Мясо с подливкой, крепкий бульон, молоко, зеленый горошек, бобы — все это прекрасно сохранялось в стеклянных банках до 8 месяцев. А вот использовать для консервов западные

жестяные банки предложил англичанин Питер Дюран, который и запатентовал этот метод консервации.

Многие российские потребители помнят, как решала вопрос с упаковкой продуктов советская торговля: колбасу или сыр заворачивали в толстую серую бумагу, сметану накладывали в принесенную с собой стеклянную баночку, за квасом ходили с бидоном, а за пивом — с трехлитровой банкой, а то и с автомобильной канистрой. Одним из вестников технического прогресса стала ПЭТ-упаковка.

В качестве сырья для ее изготовления используется полиэтилентерефталат, который был впервые получен еще в 1941 г. в лаборатории английской компании Calico Printers Association. В СССР полиэтилентерефталат синтезировали только в 1949 г. в лабораториях Института высокомолекулярных соединений Академии наук.

Первая ПЭТ-бутылка появилась на прилавках магазинов в начале 70-х гг. прошлого века как конкурент стеклу. ПЭТ-упаковка превзошла ожидания как своих создателей, так и потребителей. Достаточно сравнить: если ПЭТ-бутылка объемом 0,5 л весит около 28 г, то стеклянная бутылка аналогичного объема — до 350 г.

Впервые пиво в ПЭТ-бутылки начали разливать в Москве в 1994 г. на комбинате «Очаково», зарубежные пивовары последовали нашему примеру чуть позже.



ФОТО: YUPIRAMOS/DEPOSITPHOTO.COM



Первые жестяные консервные банки изготавливались вручную. Процесс был трудоемким и небезопасным: попавший внутрь банки свинцовый припой превращал консервы в яд. Кроме того, ими было не слишком удобно пользоваться: банки были очень тяжелые, некоторые весили более 10 кг, а открывали их с помощью любых подручных средств — молотком, зубилом, а в армии даже штыком. Консервный нож был изобретен в Америке только в 1860 г.

ПЭТ абсолютно прозрачна, что делает ее привлекательной для упаковки питьевой воды, но ее можно окрасить в любой цвет в зависимости от требований производителей и предпочтений потребителей. Так, для розлива пива традиционно используются затемненные коричневые или зеленые пластиковые бутылки, которые не пропускают ультрафиолет и таким образом помогают сохранить вкус и аромат напитка.

Впервые янтарный напиток в ПЭТ-бутылки начали разливать в Москве в 1994 г. на комбинате «Очаково», зарубежные пивовары последовали нашему примеру чуть позже. Сегодня пиво в пластиковых бутылках можно купить даже в горящейся своими традициями Чехии.

В ПЭТ-тару помещают не только пищевые продукты, но и различную фармацевтическую продукцию, косметику, технические жидкости для строительства и ремонта и многое другое.

Во второй половине XX в. полиэтилен произвел революцию в упаковке пищевых товаров. Однако очень скоро он может оказаться глубоко устаревшим и уступить пальму первенства съедобной упаковке.

Может ли тирамису храниться в мембране с апельсиновым соком, а вино продаваться в «коробке», которая заменит гроздь винограда? Да, это уже не фантастика. За последние два года биоинженеры создали разные варианты съедобных емкостей.

Украинский генетик Сергей Тымчук разработал пищевую пленку из кукурузного крахмала. Wikicells — мембраны с апельсиновым, томатным и виноградным соком — принесли славу в научных кругах профессору Гарвардского университета Дэвиду Эдвардсу. «Жидкую» упаковку, основанную на двух белках — хитозане, содержащемся в раковинах моллюсков, и лизоциме из куриных яиц, — придумала профессор из Университета штата Орегон Яньюнь Чжао.

Харьковский биоинженер Сергей Тымчук показать съедобную пищевую пленку, полученную из крахмала кукурузы, не может — она закончилась. «На последней выставке весь мой запас перевели, — слегка наигранно возмущается он. — Одни гости взяли пленку на сувениры, другие... ее съели!». 60-летний Тымчук 38 лет работает в лаборатории генетики, биотехнологии и качества биосырья Института растениеводства им. В. Я. Юрьева, четверть жизни посвятил поиску решения общемировой проблемы — утилизации пластиковых отходов. «Полиэтилен удобен в производстве, быту, — поясняет Тымчук. — Но он практически не разлагается почвенными микроорганизмами и 200-300 лет будет гнить на свалках. Этот факт наталкивает на мысль о создании биoutilизируемой пленки».

Не так давно вместе с украинским Институтом питания и торговли он усовершенствовал свой «рецепт», представив пленку в жидком виде. Достаточно «распылить» ее на клубнику, булку, огурец — да что угодно, и ешьте прямо так, снимать пленку не надо, призывает биоинженер. «В нее можно ввести добавки, которые препятствуют образованию гнильной микрофлоры», — добавляет он. Согласно результатам испытаний, продукты в такой экообертке хранятся до трех недель — вполне хороший показатель. Однако по прочности изобретение Тымчука уступает полиэтилену. Пока оно идеально для бакалейных



Съедобная упаковка Wikicells вошла в рейтинг 32 инновационных разработок, которые изменят мир

товаров, кондитерских и колбасных изделий: например, пакет, сделанный на основании кукурузного крахмала, выдерживает вес в 1–2 кг. Утилизировать пленку просто: можно опустить в кипяток или выкинуть — в почве она разлагается за год.

Газета The New York Times включила в свой рейтинг 32 инновационных разработок, которые изменят мир, творение Дэвида Эдвардса — Wikicells. Это съедобная упаковка, по заявлению профессора, имитирует форму фруктов. Она сделана из биоразлагаемых полимеров, кальция, водорослей и частиц винограда, томата или апельсина. «Идея была в том, чтобы упаковать продукт так, как это делает природа», — отмечает Дэвид. Внешне Wikicells не похожи на фрукты, скорее, напоминают разноцветные шарики мороженого. На самом деле эти мембраны прочны (в них можно хранить густой суп, сыр, коктейли, газированные напитки, кофе, мороженое) и, что очень важно, гигиеничны. Достаточно помыть упаковку под краном и съесть вместе с содержимым или же выбросить ее в ведро, как кожуру апельсина, — без вреда для планеты.

Первым на рынок Эдвардс планирует выпустить мороженое в мембране со вкусом печенья. Профессор не

раскрывает имена своих инвесторов, но говорит, что в прошлом году привлек 10 млн долл. Вопрос о партнерах проекта он также игнорирует. Судя по тому, что пишет британская газета Daily Mail, его разработками всерьез заинтересовались «молочники», например Danone. Другой пищевой концерн — Nestle — одобряет идею Эдвардса, но деньги инвестирует в собственные разработки. Еще с 2008 г. вместе с инженерной школой Ecole des Mines de Paris компания создает биопластик для своих напитков.

По словам главы департамента упаковки и дизайна Анны Рулен, новаторские решения повысят лояльность клиентов Nestle, особенно в контексте всеобщего увлечения «эко» и всем, что с этим связано. Сейчас департаменту более интересны упаковочные материалы из сахарного тростника и водорослей, чем из мембран фруктов. «В необходимых масштабах такая упаковка будет доступна нам, вероятно, через несколько лет», — отмечает Анна Рулен.

Так что съедобная упаковка — это только вопрос времени и, естественно, привычки.

Игорь КОНДРАШОВ



Компания Nestle работает над созданием биопластика для своих напитков



all4 pack Paris

В ноябре 2016 г. старейшая французская выставка упаковки EMBALLAGE состоится под новым названием — All4pack



шим проектом MANUTENTION Equipements & Systèmes, посвященным подъемно-транспортной технике и логистике, она объединена в международный смотр All4pack. Устроители позиционируют его как «Мировой рынок упаковки, обработки, печати и обслуживания». Французов не смущает наличие превосходящих по всем параметрам конкурентов из Германии и США.

Северная Америка: монополисты делят рынок

Перенесемся в западное полушарие и сразу скажем о североамериканской Ассоциации упаковочных и перерабатывающих предприятий The Association for Packaging and Processing Technologies (РММІ) со штаб-квартирой в г. Рестон, штат Вирджиния, — крупнейшем организаторе упаковочных выставок в США и Мексике.

Сегодня РММІ объединяет свыше 700 компаний, занимающихся производством тары, упаковки, специальных материалов, перерабатывающего и упаковочного оборудования в Северной Америке.

В США свой главный смотр РММІ проводит поочередно в Чикаго (по четным годам) и в Лас-Вегасе (по нечетным годам), и каждый раз — одновременно с фармацевтической выставкой Pharma EXPO. В 2015 г. к ним добавился новый проект в Филадельфии.

Международная выставка PAK EXPO International в Чикаго проходит в выставочном центре McCormick Place. Устроители позиционируют ее как главное событие в области инноваций для перерабатывающей и упаковочной отрасли. Согласно данным организатора, в 2014 г. в двух выставках (PAK EXPO International и Pharma EXPO) участвовали 2352 экспонента и 49 тыс. посетителей. Национальные стенды, среди прочих, представили Китай, Индия, Япония, Великобритания, Германия и Италия. Общая площадь экспозиций превысила 110 тыс. кв. м. В этом году выставка пройдет с 6 по 9 ноября, ожидается свыше 50 тыс. посетителей, включая 7 тыс. зарубежных гостей из 130 стран.

Показатели PAK EXPO West в Лас-Вегасе (плюс Pharma EXPO) также впечатляют: в 2015 г. 2006 экспонентов, 29 тыс. посетителей, включая более 5 тыс. зарубежных из 126 стран, площадь нетто — 78,4 тыс. кв. м. Ближайшая выставка в Las Vegas Convention Center запланирована на 25–27 сентября 2017 г.

Крупнейшая в Мексике международная выставка EXPO PAK Mexico проводится в столичном комплексе Vancomer Santa Fe ежегодно с 1986 г. В 2016 г. она намечена на 17–20 мая. Согласно данным организатора, в прошлом году зарегистрировали 933 экспонента из 26 стран. Площадь нетто экспозиции — 19 тыс. кв. м, количество посетителей — специалистов из 43 стран — 25 тыс. (в основном, из США, Центральной и Южной Америки).

Выставка EXPO PAK Guadalajara примерно втрое меньше «тезки» из Мехико. В 2015 г. в Гвадалахаре приехали 297 экспонентов из 15 стран, программа EXPO PAK Verde объединила 20 компаний.

Разумеется, РММІ не является единственным в Северной Америке организатором мероприятий по теме упаковки. Серьезным конкурентом выступает профессиональная выставочная компания UBM Canon (Canon Communications LLC), которая ежегодно проводит пять упаковочных выставок: три — в США, и две — в Канаде (совместно с несколькими отраслевыми проектами другой тематики). Это WestPack в Анахайме, Калифорния (именно этот смотр, родившийся в 1949 г., считается родоначальником упаковочных выставок в США); EastPack в Джавиц-центре в Нью-Йорке; MinnPack в Миннеаполисе; PAKEX Montreal в Монреале и PAKEX Toronto в Торонто.

Все показатели выставок в Северной Америке даны их организаторами, которые, в отличие от европейских коллег, никогда не проводят аудит, и потому независимой статистической информации об этих проектах не существует.

Азия: сколько-сколько?

Крупнейшим отраслевым смотром Азии специалисты называют международную выставку технологий пищевой и упаковочной промышленности

ProPak Asia в Бангкоке (Таиланд). На сайте проекта говорится о 1692 участниках, между тем, в отчете Немецкой ассоциации выставочной индустрии AUMA, где все показатели обычно приводятся в соответствии с требованиями аудита UFI, сообщается о 604 экспонентах, 39 тыс. посетителей и площади нетто 17 тыс. кв. м.

Схожая картина наблюдается при взгляде на ведущую упаковочную выставку Китая ProPak China в Шанхае. Рекламная брошюра сообщает о 733 экспонентах и 17 тыс. целевых посетителей. Статистика на сайте AUMA иная: 474 экспонента, в том числе 119 иностранных, 17 тыс. посетителей (сходится с данными организатора), площадь нетто — 17 тыс. кв. м.

Международная выставка INDOPACK проходит в Джакарте с 2007 г. раз в два года. Устроитель — немецкая компания Messe Düsseldorf Asia Pte Ltd. Согласно данным на сайте AUMA, в 2014 г. в ней участвовал 271 экспонент, в том числе 196 зару-

Проект PAK EXPO East в Филадельфии можно назвать новорожденным. Дебют состоялся в 2015 г. и был признан успешным. В 2017 г. устроители хотят привлечь не менее 400 экспонентов и 7 тыс. посетителей, работающих на Восточном побережье США. Таким образом, пока это мероприятие носит исключительно региональный характер.





бежных, 22 тыс. посетителей, площадь нетто — более 5 тыс. кв. м.

Крупнейшим отраслевым смотром Азии специалисты называют международную выставку пищевой и упаковочной промышленности ProPak Asia в Бангкоке

Все было бы понятно, если бы не одно «но»: приведенная статистика относится не к одной, а к трем выставкам. Одновременно с INDOPACK в том же месте проходят INDOPRINT (технологии печати) и INDOPLAS (производство изделий из пластика), статистика которых на сайте AUMA полностью копирует данные INDOPACK. Так сколько же компаний из общего спи-

ска связано именно с упаковкой? Судя по всему, без выезда на место определить это не удастся.

Говоря о ситуации в Азии, нужно подчеркнуть: ProPak Asia, ProPak China и INDOPACK — не просто известные, но и, безусловно, качественные выставки, которые высоко ценятся в профессиональной среде.

В Азии есть еще одна масштабная выставка, отмечающая в этом году свой полувековой юбилей. Речь идет о TOKYO PACK, которая раз в два года занимает крупнейший выставочный центр Японии Tokyo Big Sight. Организатор — Japan Packaging Institute. Статистика 2014 г. ни у кого вопросов не вызывает: 654 экспонента, в том числе 139 иностранных из 15 стран Азии, Европы, Канады и США (99 компаний участвовали впервые), 179 тыс. посетителей, включая 3,4 тыс. иностранных из 45 стран. В этом году TOKYO PACK ждет специалистов с 4 по 7 октября.

Александр БЕЛЯНОВСКИЙ,
«ИнформЭКСПО» — специально
для журнала «Бизнес и Выставки»



Технологии упаковки

Выставка, организатор	Время проведения	Место проведения	Контакты
IPACK CASPIAN Iteca Caspian LLC	25–27.05.16	Азербайджан Баку	www.iteca.az; office@iteca.az тел. +994 12 404 1008; факс +994 12 4041001
EASTPACK UBM Canon	14–16.06.16	США Нью-Йорк	www.ubmcanon.com; info@ubm.com тел. +1 310 445 4200; факс +1 310 445 4299
РОСУПАК MVK, ITE	14–17.06.16	Россия Москва	www.mvk.ru; rosupack@ite-expo.ru тел. +7 495 935 8100; факс +7 495 935 8101
FISPAL TECNOLOGIA BTS Informa	14–17.06.16	Бразилия Сан-Паулу	www.btsinforma.com.br; flavio.lemos@btsmedia.biz тел. +55 11 3598 7800; факс +55 11 3598 7801
INNOPACK CHINA United Business Media	21–23.06.16	Китай Шанхай	www.ubm.com; JBlack@cmpinformation.com тел./факс +31 2040 99 544
PACKAGING INNOVATIONS GERMANY Artexis EasyFairs	23–24.06.16	Германия Гамбург	www.artexiseasyfairs.com; europe@easyfairs.com тел. +32 (0)2 740 1070; факс +32 (0)2 740 1075
COMPACT INDIA Smart Expos & Fairs Pvt. Ltd.	23–26.06.16	Индия Ченнай	www.smartexpos.in; info@smartexpos.in тел./факс +91 44 2250 1985
PACKPLUS Print-Packaging.com Pvt. Ltd.	27–30.07.16	Индия Дели	www.print-packaging.com; varsha@print-packaging.com тел. +91 22 2781 2093; факс +91 22 2781 2578
PROPACK VIETNAM VINEXAD	10–13.08.16	Вьетнам Хошимин	www.vinexad.com.vn; info@vinexad.com.vn тел./факс +84 438 255 546
INDOPACK Messe Düsseldorf Asia	7–10.09.16	Индонезия Джакарта	www.messe-duesseldorf.de; mdafairs@singnet.com.sg тел. +65 6332 9620; факс +65 6332 9655
PACTEC Suomen Messut	20–22.09.16	Финляндия Хельсинки	web.finnexpo.fi; info@finnexpo.fi тел. +358 40 450 3250; факс +358 9 142 358
EMPACK BRUSSELS Artexis EasyFairs	21–22.09.16	Бельгия Брюссель	www.artexiseasyfairs.com; europe@easyfairs.com тел. +32 (0)2 740 1070; факс +32 (0)2 740 1075
MINNPACK UBM Canon	21–22.09.16	США Миннеаполис	www.ubmcanon.com; info@ubm.com тел. +1 310 445 4200; факс +1 310 445 4299
PACKTECH EXPO BALKAN Belgrade Fair	21–23.09.16	Сербия Белград	www.belgradefair.com; info@sajam.co.rs тел.+381 (0)11 2655 555; факс +381 (0)11 2655 402
LUXE PACK – MONACO Infopro Digital	21–23.09.16	Монако Монте-Карло	www.infopro-digital.com; splatel@infoprodigital.com тел. +33 (0)1 7792 9292; факс +33 (0)1 7792 9820
PAPER ARABIA Al Fajer Information & Services	26–28.09.16	ОАЭ Дубай	www.paperarabia.com; lamyaa@alfajer.net тел. +971 (4) 340 6888; факс +971 (4) 340 3608
TAROPAK Poznan International Fair	26–29.09.16	Польша Познань	www.mtp.pl; info@mtp.pl тел. +48 61 869 2000; факс +48 61 869 2999
FACHPACK Nürnberg Messe GmbH	27–29.09.16	Германия Нюрнберг	www.nuremberg-tradefair.com; info@nuernbergmesse.de тел. +49 (0) 911 86 060; факс +49 (0) 911 86 068228
TOTAL PROCESSING AND PACKAGING Reed Exhibitions Companies	27–29.09.16	Великобритания Бирмингем	www.reedexpo.com; rxinfo@reedexpo.co.uk тел. +44 20 8271 2134; факс +44 20 8910 7823
PACK EXPO Romexpo	27–30.09.16	Румыния Бухарест	www.romexpo.ro; romexpo@romexpo.ro тел. +40 21 207 7000; факс +40 21 207 7070
EMPACK STOCKHOLM easyFairs Scandinavia	5–6.10.16	Швеция Стокгольм	www.easyfairs.com; scandinavia@easyfairs.com тел. +47 2299 6124; факс +47 2299 6127
ALLPACK INDONESIA Krista Exhibitions	30.10–2.11.16	Индонезия Джакарта	www.kristamedia.com; info@kristamedia.com тел. +62 21 634 5861; факс +62 21 634 0140
SWOP Messe Düsseldorf (Shanghai) Co., Ltd.	7–10.11.16	Китай Шанхай	www.mds.cn; shanghai@mds.cn тел. +86 21 6169 8300; факс +86 21 6169 8301
EMBALLAGE Comexposium	14–17.11.16	Франция Париж	www.comexposium.com; info@comexposium.com тел. +33 (0)1 7677 1111; факс +33 (0)1 7677 1212
INPRINT Mack-Brooks Exhibitions Ltd.	15–17.11.16	Италия Милан	www.mackbrooks.com; info@mackbrooks.co.uk тел. +44 (0)1727 814400; факс +44 (0)1727 814401
KOSIGN COEX	17–20.11.16	Южная Корея Сеул	www.coex.co.kr; pco@coex.co.kr тел. +82 (0)2 6000 0114; факс +82 (0)2 6000 1302
EMPACK MADRID easyFairs Iberia	23–24.11.16	Испания Мадрид	www.easyfairs.com; iberia@easyfairs.com тел. +34 91 550 1650; факс +34 91 544 4986
FOODPACK Stier Group Ltd.	29.11–1.12.16	Израиль Тель-Авив	www.stier-group.com; expo@stier-group.com тел. +972 (0)3 562 6090; факс +972 (0)3 561 5463
ADDIS AGROFOOD Expotim	2–5.12.16	Эфиопия Аддис-Абеба	www.expotim.com; info@expotim.com тел. +90 212 356 0056; факс +90 212 356 0096
PACK 2 PACK MOROCCO Nile Trade Fairs	14–17.12.16	Марокко Касабланка	www.nilefairs.com; info@nilefairs.com тел. +971 4 340 6888; факс +971 4 340 3608

ДИКТАТУРА ЭКОЛОГИИ



В настоящее время 16–18% территории России — это зоны экологического кризиса. На 15% территории РФ, где проживает примерно 60% населения, качество окружающей среды является неудовлетворительным.

В апреле 2016 г. в МВЦ «Крокус Экспо» прошла Международная выставка-форум «ЭКОТЕХ», посвященная проблемам экологии. Выставочная экспозиция, разместившаяся на площади 16 тыс. кв. м, стала фактически витриной экологических технологий.

Современные мировые реалии обуславливают развитие новых экономических моделей, предусматривающих внедрение «зеленых» технологий. Они стали основой политики многих государств. Идя в ногу со временем, Россия создала необходимые законодательные предпосылки для развития экологически ориентированной экономики. Так, в 2012 г. Президент РФ утвердил Основы государственной политики в области экологического развития Российской Федерации на период до 2030 г. В 2014 г. приняты законы, формирующие основу для перехода отраслей экономики на наилучшие доступные технологии и создания современной индустрии обращения с отходами. С их принятием прогнозируется существенное повышение спроса на технологии, работы и услуги природоохранного назначения на российском рынке. В этих условиях выставка-форум «ЭКОТЕХ» должна стать вектором внедрения принципов развития экологически эффективной экономики.

Выставка-форум «ЭКОТЕХ» должна стать вектором внедрения принципов развития экологически эффективной экономики

«ЭКОТЕХ» собрала на своей площадке представителей правительства и региональных властей, топ-менеджеров и специалистов российских и зарубежных компаний, экспертов мирового экологического сообщества, ведущих ученых и разработчиков. Деловая программа «ЭКОТЕХ» — это мероприятия самых разных форматов: пленарные сессии, панельные дискуссии, деловые круглые столы, брифинги, мероприятия цикла «Беседы с выдающимися людьми», презентация экологического рейтинга крупных городов России. Впервые состоялась открытая отчетная сессия Федерального экологического совета, на которой выступили представители Минприроды России и Росприроднадзора, министры региональных природоохранных ведомств. Новыми специальными форматами стали серия коучингов для специалистов-экологов предприятий, мастер-классы «Создай „зеленый“ офис», «Как сохранять природу, экономя деньги: я и мой дом», форум молодых лидеров экологических движений.

ФОТО: Creative Images/SHUTTERSTOCK.COM

Теперь посмотрим, что же в нашей стране происходит с экологией. В этой сфере имеется огромное количество проблем, многие из которых достались России в наследство от Советского Союза, где хозяйствование зачастую приводило к загрязнению окружающей среды, особенно в тяжелой промышленности и добыче полезных ископаемых. В то время власти считали озабоченность экологическими проблемами несущественной и ненужной. В результате, по некоторым оценкам, около 40% территории России к концу 1990-х гг. испытывали серьезные экологические проблемы, такие как обезлесение, радиоактивное загрязнение, загрязнение воздуха и воды. По официальным данным, на 15% территории РФ, где проживает примерно 60% населения, качество окружающей среды является неудовлетворительным. В связи с изношенностью основных фондов участились залповые и аварийные выбросы вредных ингредиентов. Состояние воздушного бассейна городов и промышленных центров ухудшается. В список городов с наибольшим уровнем загрязнения (41 город) вошли: Архангельск, Братск, Гроз-

ный, Кемерово, Красноярск, Москва, Новосибирск и др. Повышение уровня загрязнения атмосферы отмечается не только в городах, но и в фоновых районах, выбросы большого количества диоксидов серы (более 9 млн т в год) вызывают закисление атмосферных осадков. Области повышенной кислотности зафиксированы на европейской территории России, в ряде промышленных районов с развитой цветной металлургией. С водными ресурсами дела обстоят еще хуже. Водные ресурсы распределены по территории страны неравномерно: 90% общего годового объема стока приходится на бассейн Северного Ледовитого и Тихого океанов, и менее 8% — на бассейн Каспийского и Азовского морей, где проживает свыше 80% населения России и сосредоточен ее основной промышленный и сельскохозяйственный потенциал. В целом суммарный водозабор на хозяйственные нужды относительно невелик — 3% среднего многолетнего стока рек. Однако в бассейне Волги он составляет 33% всего водозабора страны. На юге европейской части России практически все водные ресурсы вов-



Заместитель министра природных ресурсов и экологии РФ Ринат ГИЗАТУЛИН:

— «ЭКОТЕХ» охватывает все направления деятельности в сфере охраны окружающей среды и экологической безопасности. Выставка-форум должна стать ключевым событием для организаций, работающих на международном рынке экологических технологий, товаров и услуг.



Проведение в России Года экологии задумано в целях привлечения внимания общества к вопросам экологического развития России, сохранения биологического разнообразия и обеспечения экологической безопасности. Решено образовать организационный комитет по проведению Года экологии. Правительству РФ поручено обеспечить разработку и утверждение плана основных мероприятий по его проведению, а региональным властям рекомендовано осуществлять необходимые мероприятия в рамках Года экологии.

лечены в хозяйственную деятельность. Даже в бассейнах рек Урала, Тобола и Ишима водохозяйственная напряженность стала фактором, в определенной степени сдерживающим развитие народного хозяйства.

Все это указывает на недопустимо большие потери воды. Они велики не только на пути от источника воды до потребителя, но весьма значительны и в промышленности — 25% и более (за счет утечек в сетях, фильтрации, несовершенства технологических процессов), в ЖКХ — от 20 до 40% (за счет утечек в жилых и общественных зданиях, коррозии и износа водопроводных сетей), в сельском хозяйстве.

Продолжают загрязняться поверхностные воды. Со сточными водами промышленности, сельского и коммунального хозяйств в воду поступает огромное количество загрязняющих веществ.

В связи с перегруженностью и низкой эффективностью работы очистных сооружений объем нормативно-очищенных сточных вод, сброшенных в водоемы, составляет только 8,7% от общего объема воды, подлежащей очистке.

Выявлено около 1 тыс. очагов загрязнения подземных вод, 75% которых приходится на наиболее заселенную европейскую часть России. Ухудшение качества воды отмечено в 60 городах и поселках на 80 питьевых водозаборах производительностью более 1 тыс. куб. м в сутки.

Давайте обратим внимание на флору. Россия располагает более 20% мировой площади лесов (около 1,2 млрд га) и почти 25% мировых запасов древесины. Однако расчетная лесосека используется нерационально. Систематически допускаются перерубы хвойных пород и лишь наполовину используется расчетная лесосека по листовым породам деревьев. Велики отходы при заготовке и использовании леса. При переработке теряется около 20% древесины. Лесовосстановительные работы отстают от рубки леса ежегодно на 1,1 млн га. Ну и всем известно, какой ущерб наносят ежегодные лесные пожары.

Но и это ещё не всё. Идет истощение лесов из-за загрязнения атмосферы вредными выбросами. Заметную роль в снижении устойчивости лесных насаждений играют вредители и болезни леса. Увеличиваются площади очагов вредителей леса.

Свидетельством общего биологического истощения страны является уменьшение видового разнообразия флоры и фауны. Под угрозой исчезновения находится каждый десятый вид птиц, каждый пятый вид растений и млекопитающих и каждый четвертый вид земноводных и пресмыкающихся, 553 вида высших растений и 463 вида животных.

В настоящее время 16–18% территории страны — это зоны экологического кризиса. Здесь произошли глубокие, а в ряде случаев необратимые нарушения природных комплексов. Безграмотное хозяйствование, например, в Калмыкии в течение десятилетий привело к тому, что республика стала зоной экологического бедствия — с 1 августа 2014 г. здесь введено чрезвычайное положение. Наиболее острые проблемы: деградация пастбищ (этот процесс охватил 83% территории), ухудшение качества питьевой воды (содержание в ней солей в 20 раз превышает мировые стандарты), рост заболеваемости и смерт-

ности населения, обусловленный ухудшением среды обитания.

Причинами подобного состояния экосистемы нашей страны можно назвать отсутствие стройной системы экологического образования и воспитания, формирования экологического мировоззрения; преобладание потребительской психологии; слабое развитие экологической культуры и этики; нехватка квалифицированных специалистов в области охраны окружающей среды. Особо остра потребность в специалистах системного, комплексного уровня подготовки, способных видеть проблемы в целом, а не отдельные аспекты, и принимать решения на основе всестороннего анализа экологических факторов.

Россия имеет огромный земельный фонд. Только площадь сельскохозяйственных земель (пашни, сады, виноградники, пастбища) превышает 600 млн га. Это огромное национальное богатство, но оно разрушается. Более половины из этих угодий в настоящее время поражены водной и ветровой эрозией, засолением, перенасыщено азотными соединениями, тяжелыми металлами, болезнетворной микрофлорой. Из-за использования тяжелой техники, отсталой технологии орошения и осушения структура почв разрушается, они теряют плодородие. В результате урожайность сельскохозяйственных культур низка. Если в странах Западной Европы с каждого гектара собирают по 50–60 ц пшеницы, то у нас лишь 16–17 ц.

Именно этим (и не только) проблемам и была посвящена выставка «ЭКОТЕХ». В экспозиционном пространстве были расположены экологические интерактивные зоны. Особый интерес посетителей вызвало

эффективное автошоу «Парад электромобилей». Для посетителей «ЭКОТЕХ» в рамках экспозиции работал специальный пункт Recruiting Point — предложения работодателей для специалистов-экологов.

Отдельное внимание было уделено вопросам экологического образования: от подготовки профессиональных кадров до инноваций в экологическом воспитании детей и молодежи.

Напомним, 5 января 2016 г. Президент РФ Владимир Путин подписал Указ о проведении в 2017 г. в Российской Федерации Года экологии. «Для „экологических двоечников“ год станет временем диктатуры природоохранного законодательства. Для ответственных компаний он принесет дополнительные возможности и стимулы для перехода на более эффективную модель управления», — подчеркнул глава Минприроды России Сергей Донской.

Игорь КОНДРАШОВ

Особо остра потребность в специалистах-экологах, способных видеть проблемы в целом, а не отдельные их аспекты



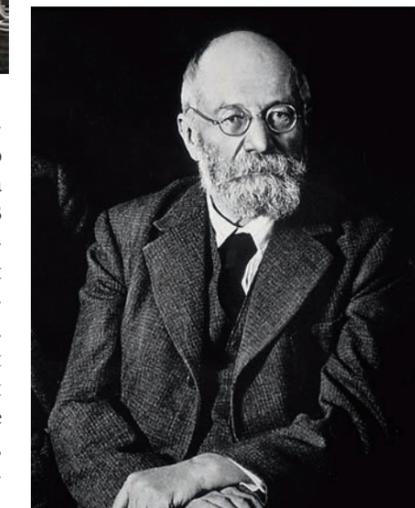
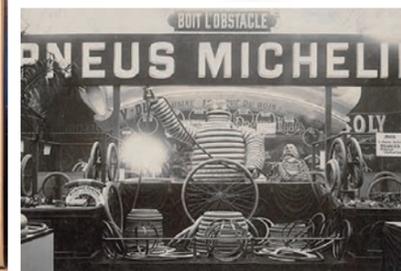
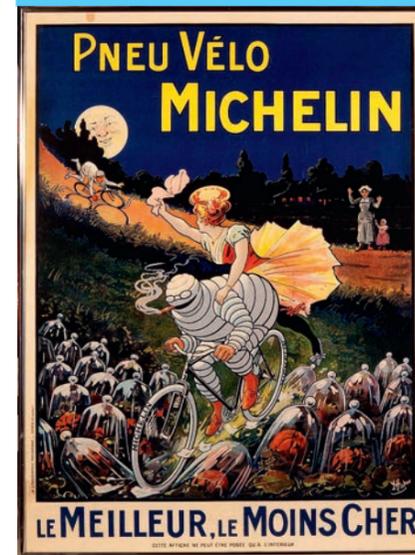
Развитие экологического туризма на российских особо охраняемых природных территориях стало еще одной темой обсуждения участников выставки-форума «ЭКОТЕХ». Своим опытом организации экотуризма поделились зарубежные партнеры из ведущих национальных парков.



В ДОРОГУ С «МИШЛЕНОМ»

Для современного человека гид «Мишлен» — это прежде всего рейтинг недоступных для простого обывателя ресторанов с их пресловутыми тремя звездами. Не все знают, что гид издает та же компания, что делает известные автомобильные покрышки, и что изначально это был просто справочник для автомобилистов с практическими советами.

1898 г. считается годом рождения знаменитого символа фирмы Michelin — симпатичного человечка из шин Бибендума. Заслуга его «изобретения» принадлежит братьям Мишлен. Будучи в Лионе, они остановились перед грудой шин, сложенных одна на другую. Эдуар — несостоявшийся художник — заметил, что если к ней приделать руки и ноги, то она будет похожа на человека. Карикатурист Мариус Российон изготовил первый рекламный постер с Бибендумом. Потенциальному потребителю внушали, что шины «Мишлен» смогут обеспечить комфортную поездку, несмотря ни на какие дорожные препятствия. Данная торговая марка является одной из самых узнаваемых в мире.



Эдуар МИШЛЕН (1859–1940 гг.), управляющий директор фирмы Michelin & Cie: «Моим главным приоритетом было научиться своей работе. Я мог сделать это единственным способом — разговаривать с рабочими. Мне надо было постоянно с ними беседовать, хотя я знал значительно меньше, чем они. И самым лучшим способом заставить их разговаривать со мной было открыто признаться в том, что я полный новичок в своем деле».

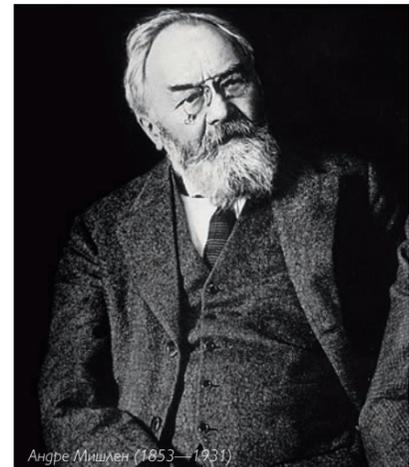
снять их собственными силами было очень трудно.

На ремонт ушло несколько часов, а затем еще целая ночь — ведь заново приклеенная шина должна была высохнуть. Этот случай заставил Эдуара задуматься о том, как сделать велосипедные покрышки более удобными для ремонта и обращения. В 1891 г. братья зарегистрировали патент на съемные надувные шины, которые можно было починить за 15 минут. В этом же году состоялся первый вело-

сипедный марафон Париж-Брест-Париж (1200 км), победитель которого проехал весь маршрут за 71 час на велосипеде с шинами от Мишленов. В ходе поездки из-за прокола он сам поменял покрышку и все равно выиграл гонку. Это была прекрасная реклама для ранее малоизвестной фирмы. Съемные велосипедные покрышки стали абсолютным хитом молодой компании. Четырьмя годами позже Michelin & Cie презентовали Eclair, первый автомобиль на надувных покрышках.

К концу XIX в. братья Мишлен создали прекрасную компанию. Но дальнейшее увеличение продаж автопокрышек прямо зависело от количества автомобилей. Для того чтобы продавать больше покрышек, надо было, чтобы люди больше ездили.

В пору младенчества автомобильной эры не существовало развитой системы дорог, карт, соответствующей инфраструктуры. Бензин для заправки автомобилей покупали в аптеках. Отремонтировать его было целой проблемой. Да и самих автомобилей во Франции к началу прошлого века было чуть больше 2,5 тыс. Вот тогда



Андре Мишлен (1853—1931)

Андре Мишлен приехал из Парижа в Клермон-Ферран в 1886 г., чтобы спасти от полного разорения и гибели компанию своего деда Аристида Барбье. Дед вместе с партнером Эдуаром Добре еще в 1832 г. учредил компанию по производству каучуковых изделий и кое-какой сельскохозяйственной продукции. После смерти основателей фирма стала приходить в упадок и стояла на грани банкротства. Тогда-то 33-летний Андре и решил подхватить семейный бизнес. Его младший брат Эдуар только-только закончил курс изящных искусств в Париже и готовился стать художником.

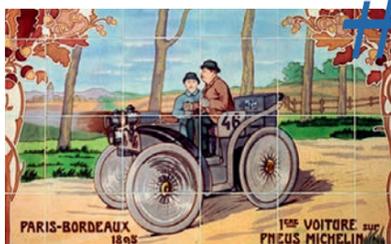
Что касается Андре, он был инженером и владел собственной компанией по металлообработке в Париже. Он ничего не смыслил в каучуке, однако твердо решил спасти дедову фирму. С большим трудом, но ему удалось уговорить Эдуара покончить с богемной жизнью и также начать работать на семейный бизнес. «Теперь мой долг — уехать в Клермон-Ферран и спасти семейное дело от гибели», — написал тот своему учителю, известному в то время художнику Уильяму Бугеро.

Братья взялись за дело, начав с изучения основ того, чем им придется впрямь заниматься. К 1889 г. стало ясно, что фирма выжила. В этом же году она получила название Michelin & Cie, а братья стали искать новые возможности для расширения бизнеса. Помог случай.

В 1891 г. на территорию завода заехала запряженная выком телега, которая привезла велосипедиста. Ему требовалась помощь, надо было отремонтировать пробитую шину. Надувные шины фирмы Dunlop были тогда новинкой. Они были удобны, но проблема состояла в том, что покрышки накрепко приклеивались к ободу и

Первый гид «Мишлен» был выпущен в 1900 г. Он дал толчок развитию автомобилизма и туризма во Франции, а затем и во всей Европе

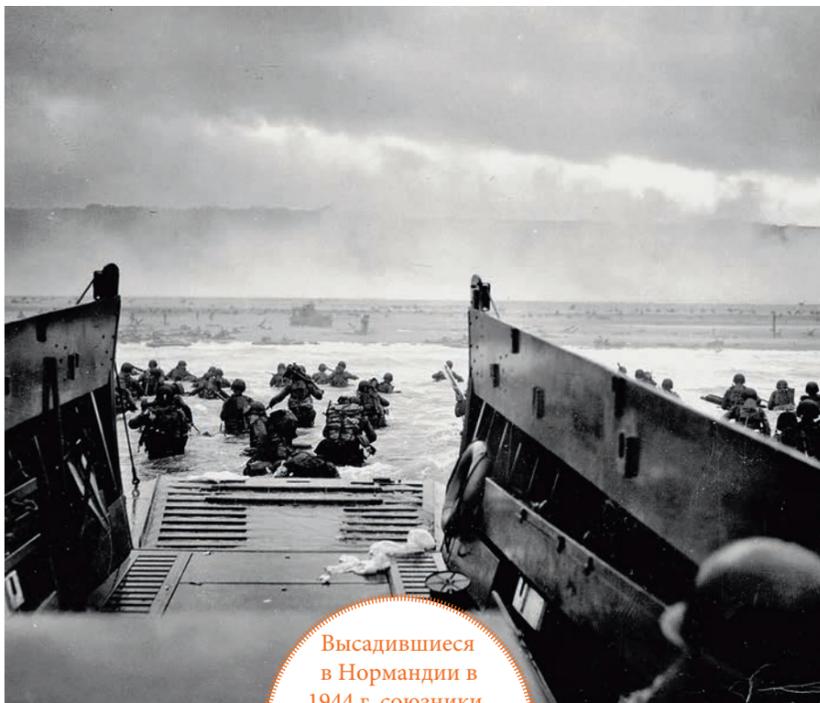
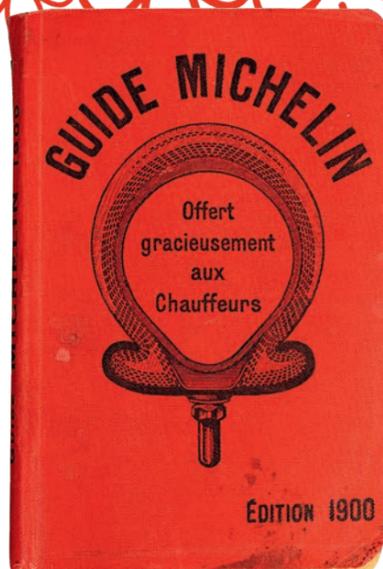
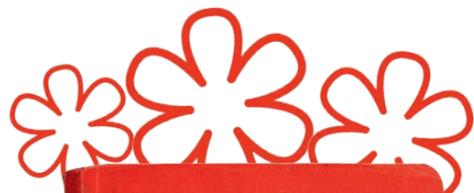
В 1885 г. Michelin & Cie презентовали Eclair, первый автомобиль на надувных покрышках.



PARIS-BORDEAUX 1895 1^{ère} VOITURE PNEUS MICHELIN



Маршрутное бюро снабжало автомобилистов подробными схемами и информацией о пути их следования.



Высадившиеся в Нормандии в 1944 г. союзники, продвигаясь по Франции, ориентировались по картам гида «Мишлен»

Красный гид «Мишлен» стал незаменимой путеводной звездой в мире ресторанный бизнеса. Но компания не забыла и о своей главной клиентуре — обычных путешественниках и туристах. Сайт ViaMichelin предлагает сотни карт с указанием заправок, закусточных, автостоянок, авторемонтных мастерских. Все как сто лет назад, но только в интернете. Там же на сайте можно проложить маршрут предполагаемого путешествия.



Андре Мишлену и пришла в голову гениальная мысль подстегнуть автомобилистов, помочь им, дать им стимул ездить больше и дальше, чем на субботний пикник в соседний парк.

В 1900 г. был выпущен первый путеводитель «Мишлен», или, как его теперь принято называть, гид «Мишлен». Он представлял собой список мест, которые бы могли пригодиться путешественнику: отели, закусточные, ремонтные мастерские для разных марок авто, места продажи бензина. Там же были и практические советы, как самому поменять покрышку, если в пути случилась неприятность.

Выпустив этот справочник, Мишлены дали толчок и развитию туризма. Уже в 1901 г. в справочник впервые была включена информация для праздных путешественников: в нем, помимо обычных маршрутов, описывались и самые живописные дороги. «Не так быстро, зато красиво», — говорилось в путеводителе. В 1908 г. было создано Маршрутное бюро, которое по запросам снабжало автомобилистов подробными схемами и информацией о пути их следования, а с 1910 г. в путеводителе появились первые дорожные карты. Гид совершенствовался с каждым годом и привлекал все больше читате-

лей. Между 1900 и 1912 гг. его тираж вырос с 35 тыс. до 86 тыс. экземпляров.

До 1920 г. путеводитель раздавался бесплатно. Но лишь до тех пор, пока в дальнем углу одной из автомастерских Андре не увидел сломанную скамейку, опирающуюся на сложенные в стопку справочники «Мишлен». «Люди уважают лишь то, за что им приходится платить», — решили братья и стали продавать справочник за 7 франков. Это позволило изданию обрести финансовую самостоятельность, отказаться от рекламы товаров других фирм. Благодаря росту доходов гид смог ввести новые разделы, в частности тот самый, который и сделал его знаменитым — оценку ресторанов. Первый список ресторанов, рекомендованных для посещения, появился в путеводителе «Мишлен» в 1926 г., а в 1931 г. была введена известная ныне всем гурманам трехзвездная система рейтинга.

Еще тогда были заложены принципы оценки ресторанов с помощью инспекторов, которые, не анонсируя свой приход, обедают или ужинают под видом простых посетителей. А затем выносят свой «приговор», о котором владельцы ресторана узнают только из гида «Мишлен». Основа системы оценки осталась неизменной с тех



В настоящее время гид «Мишлен» представлен в 24 странах мира, в том числе в США, Японии, Гонконге

самых времен. Инспекторы являются знатоками и специалистами в гастрономии и кулинарном искусстве. Многие из них ранее были поварами.

Им запрещено общаться с журналистами, рассказывать о своей работе, во время работы (обеда или ужина) запрещается делать записи и вообще предписано вести себя как можно незаметнее. Когда один из них, Паскаль Реми, в 2004 г. нарушил негласный запрет и опубликовал книгу «Инспектор садится за стол», то был немедленно уволен из компании Michelin.

К 1936 г. были отточены те формулировки рейтинга, которые заставляют трепетать сердца настоящих любителей хорошо поесть и тешат самолюбие знаменитых шефов. Интересно, что эти формулировки и по сей день адресованы именно автомобилистам. Одна звезда (по форме это скорее цветок) — очень хороший ресторан в своей категории. Две звезды — прекрасная кухня, заведение стоит того, чтобы отклониться от маршрута и сделать небольшой крюк. Три звезды — великолепная кухня, ресторан стоит отдельного путешествия. Критерии присуждения рейтинга являются коммерческой тайной компании.

У гида «Мишлен» есть своя славная военная история. Весной 1944 г., когда союзники готовились к высадке в Нормандии, возникли опасения, что их

продвижение по городам Франции будет затруднено из-за отсутствия дорожных знаков и указателей (они были уничтожены). Решить проблему помог гид «Мишлен» 1939 г. (последнее довоенное издание). Путеводитель с сотнями подробнейших карт перепечатали большим тиражом в Вашингтоне и раздали всем офицерам.

Страна-рекордсмен по звездным ресторанам — Франция, а город, где их больше всего, — Токио

Единственным отличием этого тиража от оригинала была надпись на обложке: «Только для служебного пользования». В компании гордятся тем, что в День высадки союзных войск в Европе каждый из офицеров и солдат имел в кармане гид «Мишлен». Большая их часть впоследствии была потеряна или уничтожена в ходе боев, некоторые вернулись в США в котомках солдат. В Европе на сегодняшний день осталось лишь несколько экземпляров того исторического гида.

Издание ресторанный гида «Мишлен» является лишь очень небольшой частью деятельности огромной компании Michelin по выпуску автомобильных покрышек и другой продукции для автомобилей. Вряд ли он приносит компании большую прибыль, однако его роль в создании бренда «Мишлен» неоценима и неза-



Один лишь факт упоминания ресторана в гида «Мишлен», даже без присуждения звезды, является признанием мастерства шефа и может послужить мощным толчком к коммерческому успеху. При этом рестораны не имеют права указывать или как-то упоминать в рекламе о количестве присужденных звезд. Политика компании состоит в том, что клиент может узнать о количестве звезд того или иного ресторана только из самого гида. Если ресторан пренебрегает этим правилом, компания Michelin оставляет за собой право исключить его из рейтинга.



менима. Гид «Мишлен» — это прямая связь современной, высокотехнологичной компании с ее корнями, уходящими в середину позапрошлого века.

В 2000 г. отмечалось 100-летие знаменитого гида. Каждый экземпляр справочника, выпущенного в этом году, был номерным к удовольствию коллекционеров. Была также выпущена копия самого первого путеводителя, 1900-го года издания. Отмечая эту дату, в компании вспоминали пророческие слова Эдуара Мишлена, которые он сказал при запуске справочника: «Наш путеводитель родился в самом начале века, и он будет жить до его окончания». Эдуар недооценил свое детище. Гид «Мишлен» продолжает служить путешественникам и в XXI веке.

Ирина СКИБИНСКАЯ



КАК ЭТО ДЕЛАЮТ В ДАНИИ

Небольшой город Хернинг в центре полуострова Ютландия находится в 170 км от границы с Германией и в трех с половиной часах пути до Копенгагена. При численности населения чуть менее 50 тыс. человек он ежегодно принимает свыше 900 тыс. гостей — участников и посетителей выставок, конгрессов, съездов, концертов, культурных событий и спортивных соревнований.



Главным «виновником» столь впечатляющей арифметики стал выставочный центр Messecenter Herning, один из крупнейших в Северной Европе. Вместе с Herning Kongrescenter, стадионном SAS Arena и боксерским центром Jyske Bank Boxen он входит в группу компаний Messecenter Herning (MCH) — ключевого игрока датского рынка индустрии встреч. Прошлый год стал для MCH рекордным: в 444 мероприятиях приняли участие более 1 млн гостей (предыдущий рекорд 2007 г. — 938 тыс. человек). Сегодня Messecenter Herning известен далеко за пределами родной Дании. Комплекс состоит из 15 полностью оборудованных павильонов площадью от 2 тыс. до 14 тыс. кв. м и ряда конференц-залов.

Закрытая выставочная площадь составляет в целом 110 тыс. кв. м, открытая — 400 тыс. кв. м. Инфраструктура залов отвечает мировым стандартам проведения мероприятий любого уровня сложности. Комплекс

имеет собственную парковку на 10 тыс. мест и железнодорожную станцию, работающую при поддержке Датской государственной железной дороги. С выставочной площадью тесно связан конгресс-центр Herning Kongrescenter, ежегодно принимающий около 200 мероприятий с участием до 250 тыс. гостей. Здесь организуют конгрессы, выставки, конференции, съезды политических партий, приемы и юбилеи, концерты, театральные постановки и прочие культурные мероприятия — вплоть до цирковых представлений.

Здание включает многопрофильный театральный зал Teatersalen в форме амфитеатра, рассчитанный на 1029 мест; концертный зал Koncertsalen для организации концертов, вечеринок и различных встреч (до 2400 гостей); площадку для проведения конгрессов Kongressalen (до 1800 делегатов); и Cabaretsalen, идеальное место для корпоративных приемов, юбилеев, лекций и развле-

Закрытая выставочная площадь Messecenter Herning составляет в целом 110 тыс. кв. м, открытая — 400 тыс. кв. м



Restaurant Teater Kaelderens («Театральный подвал») с поющими официантами: вместо арий они исполняют вечернее меню.



кательных мероприятий (до 500 гостей). Кроме того, в конгресс-центре имеются большие конференц-залы вместимостью от 244 до 390 человек.

Все помещения оснащены современными видеосистемами, мультимедиа-оборудованием, синхронным переводом, кондиционированием и иными видами сервиса.

Выставочный комплекс и конгресс-центр расположены в историческом центре города в нескольких шагах от лучших отелей, городских парковок и железнодорожного вокзала.

Отдельного упоминания заслуживают рестораны на территории комплекса, особенно Restaurant Teater Kaelderens («Театральный подвал») с поющими официантами: вместо арий они исполняют вечернее меню. В здании боксерского центра Jyske Bank Boxen открыт ресторан Hereford Beefstouw — здесь в соответствии со спецификой места предпочтение отдают сочной говядине с кровью. Но самый большой ресторан Restauranten i hovedbygningen работает в главном павильоне комплекса.

Конечно, комплекс планируется развивать, к 2025 г. он будет серьезно модернизирован и расширен. Президент группы компаний MCH Group Георг Соренсен в 2015 г. представил соответствующий план работ, который предусматривает строительство нового выставочного зала без колонн, ряда

спортивных сооружений, бизнес-парка, кинотеатра, канатной дороги и территории для скачек, а также — расширение шоссе, ведущего к площадке.

Каждый год в Messecenter Herning проводится не более десяти серьезных международных выставок. Возникает вопрос: почему не больше? Чтобы понять это, посмотрим на ряд характерных особенностей выставочной жизни в датской провинции.

Во-первых, практически все крупные международные выставки проходят здесь с периодичностью один раз в два года, а их организатором выступает сам выставочный центр — Messecenter Herning.

И во-вторых, выставки занимают далеко не первое место в программе мероприятий, уступая место многочисленным концертам, спортивным и развлекательным шоу.

Вызвано это, конечно, требованиями рынка. Находясь в двух-трех часах пути от крупнейших выставочных центров на территории Германии, владельцы компании вынуждены ориентироваться на локальные рынки — датский и скандинавский.

По той же причине здесь проходит множество выставок-распродаж, самой колоритной из которых считается Stumpemarked — ярмарка подержанных автомобильных запчастей, старых вещей и антиквариата. Длится она все-



Первый выставочный павильон площадью 1600 кв. м был открыт в Хернинге в мае 1954 г. для проведения датской текстильной ярмарки. В 1963 г. его расширили, а уже в следующем году появилось пять новых залов общей площадью 10 тыс. кв. м. Нынешний вид комплекс принял в результате последней реконструкции в 1971 г.

МСН HERNING KONGRESSTENTER



Ведущие выставки в Хернинге во 2-м полугодии 2016 г.

Название	Дата	Характеристика, разделы
Formland (Autumn)	18–21.08	Торговая ярмарка скандинавского дизайна, интерьера, подарков, ремесленных изделий и прикладных искусств
HI-INDUSTRY – The Herning Fair	Сентябрь	Промышленная ярмарка высоких технологий
FoodTech Processing & Packaging	01–03.11	Международная выставка пищевых технологий и оборудования
AGROMEK	29.11–02.12	Международная выставка механизации сельского хозяйства, рогатого скота и свиней

Конгресс-центр Herning Kongrescenter ежегодно принимает около 200 мероприятий с участием до 250 тыс. гостей

го один день, но привлекает не менее 500 участников со всей Дании.

Не меньшим успехом пользуется национальная выставка модных товаров по сниженным ценам Outlet Messen, проходящая дважды в год. Прошлой осенью в ней приняли участие 180 экспонентов, представивших свыше 3 тыс. брендов.

В программе выставочного центра есть как «молодежь» (сельскохозяйственная выставка. FarmerTech, например, состоялась впервые в январе 2016 г.), так и свои «долгожители». Это промышленная ярмарка высоких технологий HI—INDUSTRY — The Herning Fair, которая впервые прошла в 1963 г. Она проводится раз в 2 года, в 2013 г. в ней приняли участие 507 компаний и 16,5 тыс. посетителей. Международная выставка механизации сельского хозяйства, рогатого скота и свиней AGROMEK (устроитель — компания AGROMEK) проходит раз в два года с 1975 г. В 2014 г. продукцию представил 591 экспонент, ее посетили 47 тыс. гостей. Уже три десятилетия, с 1986 г., раз в два года экспоненты и посетители собираются на оптово-розничную ярмарку продуктов питания Foodexpo. В 2014 г. экспонентов было 420, а посетителей — 22,6 тыс. Двумя годами позже, в 1988 г., родилась Скандинавская выставка грузовых перевозок TRANSPORT. В 2015 г. ее участника-

ми стали 247 экспонентов, ее посетили 22,6 тыс. человек.

Чему российские выставочники могут поучиться у датских коллег, так это — заботе о гостях с ограниченными возможностями и особыми потребностями. В Хернинге

сделано буквально все для обеспечения им легкого доступа к залам и комфортного участия в мероприятиях. Повсеместно встречаются вывески с укрупненным шрифтом для слабовидящих. На территорию допускаются собаки-поводыри. Информация для посетителей не только размещается на видеозэкранах, но и дублируется через динамики. Инвалиды могут посетить выставку на собственной коляске или взять ее в администрации, разумеется, бесплатно. Специальный персонал всегда готов прийти на помощь.

Впрочем, владельцы комплекса не успокаиваются — работа в этом направлении идет постоянно. Так, планируется организовать регулируемый наклон пола в павильонах, улучшить условия для больных бронхиальной астмой путем создания более свободных от табачного дыма зон в ресторанах и выставочных залах, установить больше указателей для слабовидящих. В общем, есть на что равняться.

Алексей ДОБРОВИЦКИЙ

Конгресс-центр, наряду со своим прямым предназначением, давно работает в режиме концертной площадки. В город приезжают звезды если не мировой, то уж точно европейской эстрады. В марте 2016 г. здесь ждали Российский государственный балет, разумеется, с «Лебединым озером».



Реклама



TARDINI

®

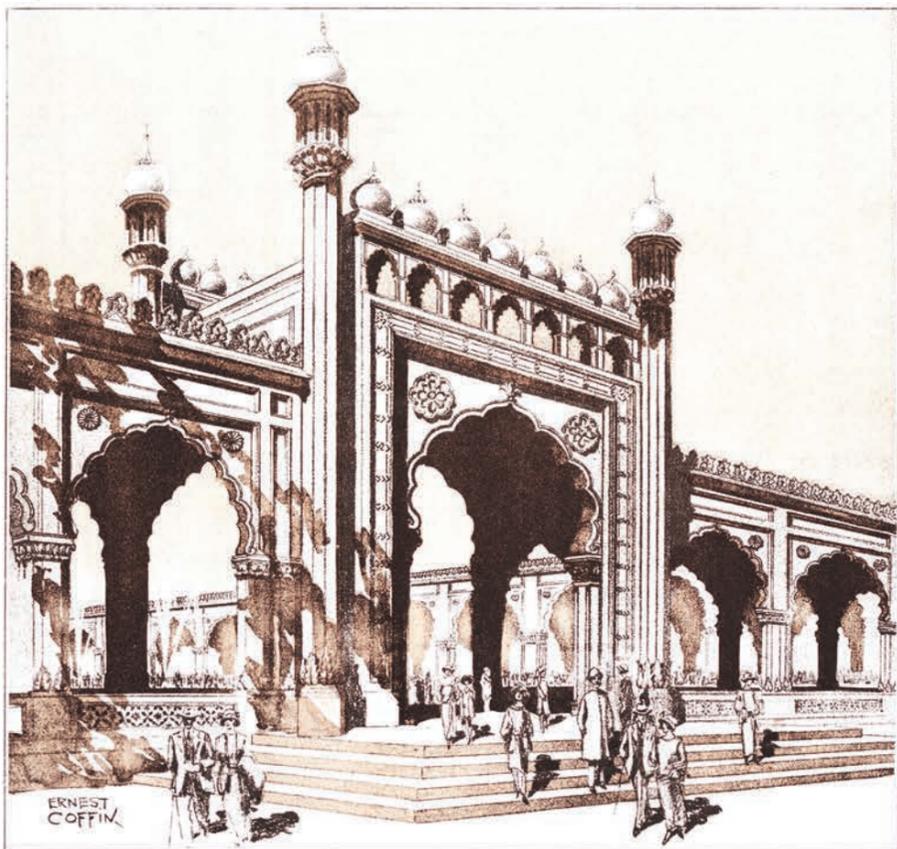
DAL 1958 ALLIGATOR MISSISSIPPIENSIS
FATTO A MANO IN ITALIA

K КРОКУС СИТИ МОЛЛ

Крокус Сити, 66-й км МКАД
Тел.: +7 (495) 987 42 69
www.crocuscitymall.ru

СИМВОЛ ИМПЕРИИ

BRITISH
EMPIRE
EXHIBITION
WEMBLEY, LONDON
APRIL-OCTOBER 1924



Выставка Британской империи в Уэмбли была особенной во многих отношениях. Она стала крупнейшей экспозицией из всех, проведенных в мире к тому времени. Необычным было и то, что она проходила в течение двух летних сезонов – 1924 и 1925 гг. Именно для этой выставки был построен крупнейший в мире стадион «Уэмбли».

Идея провести большую выставку, посвященную достижениям Британской империи, возникла еще в 1902 г. Вновь обратились к этой идее в 1910 г.

Финансовые потери после закрытия выставки превысили 1,5 млн ф. ст.

По задумке инициаторов, выставка Британской империи должна была состояться в 1915 г. и быть приурочена к совершеннолетию Принца Уэльского. Проект не удалось осуществить сначала из-за организационных неурядиц, а затем из-за начавшейся Первой мировой войны. Тем не менее от этих планов не отказались.

После окончания войны, когда жизнь вошла в нормальное русло, в 1920 г. по инициативе Принца Уэльского (будущего короля Англии Эдуарда VIII) был создан организационный комитет по проведению мероприятия. Возвращение к довоенным планам имело двоякую цель: во-первых, продемонстрировать восстановление и стабильность Британии после Первой мировой войны, напомнить о ее значении и показать единство входящих в империю колоний и доминионов. Во-вторых, с помощью выставки надеялись подстегнуть процесс послевоенного восстановления, создать новые рабочие места в страдающей от безработицы стране, предотвратить экономический спад.

Выбор места для выставки оказался делом более простым, чем это обычно бывает при организации подобных мероприятий. От идеи использовать уже существующие площадки — Хру-



«Эмпайр стэдиум», или старый «Уэмбли», был одним из самых известных футбольных стадионов мира до момента его сноса в 2003 г. Новый «Уэмбли», открытый в 2007 г., вмещает 90 тыс. зрителей и является вторым по вместимости стадионом в Европе. Новый пешеходный мост, ведущий от железнодорожной станции к новому «Уэмбли», назван мостом «Белой лошади» (White Horse Bridge) в честь события, произошедшего здесь в 1923 г.

стальный дворец, оставшийся от выставки 1851 г., или Белый город, созданный для Франко-Британской выставки и Олимпийских игр в 1908 г. в Шепердс-Буш, отказались сразу по финансовым соображениям. Решено было остановиться на северном пригороде Лондона — районе Уэмбли. Там сохранились старые деревья и водоемы от бывшего парка. Кроме того, Уэмбли выбрали из-за его транспортной доступности как для жителей Лондона, так и других городов страны. Рядом находились две железнодорожные станции, а еще одну построили прямо на территории выставки. Также здесь устроили остановку омнибуса, который перевозил до 100 тыс. пассажиров в день.

Работы по подготовке выставочного городка и строительству стадиона (Принц Уэльский, президент оргкомитета выставки, заранее объявил, что здесь разместится «крупнейший национальный спортивный комплекс») начались в 1922 г. Территория, занятая выставкой, составила около 900 тыс. кв. м.

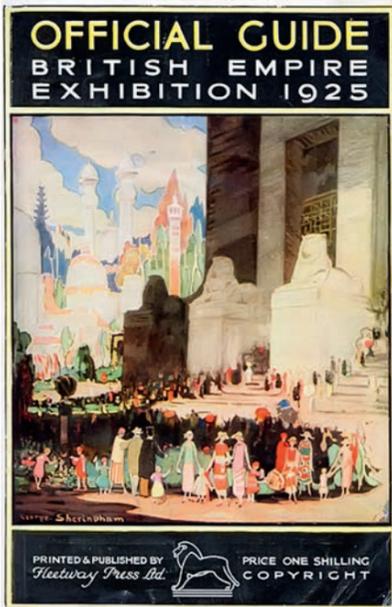
Выставочный стадион Британской империи, или просто стадион Империи (так он назывался вплоть до середины 1950-х гг.), был построен за рекордные

300 дней, на строительстве работали 3 тыс. человек. Он открылся за год до начала выставки, ради которой и создавался. До конца XX в. бетонные башни-близнецы стадиона в Уэмбли были символом английского футбола, местом ежегодного финала Кубка Англии. Первый же проведенный там матч сделал стадион знаменитым и превратил его в легенду.

Стадион был назван «величайшей спортивной ареной в мире» и широко разрекламирован накануне финального матча Кубка Англии 1923 г. Футбольная ассоциация недооценила потенциальное количество зрителей и решила продавать билеты на матч прямо у входа. Стадион был рассчитан



В известном фильме «Король говорит» с Колином Фертом в главной роли воссоздана сцена заключительной речи Принца Альберта на закрытии выставки Британской империи в октябре 1925 г., которая стала тяжелым испытанием как для него, так и для публики. Будущий король Георг VI страдал тяжелой формой заикания. Публичный провал его речи при закрытии выставки стал поводом для обращения к логопеду-самоучке Лайонелу Логу, который и излечил его от заикания.



на 125 тыс. мест, однако на трибуны набилось от 150 тыс. до 300 тыс. человек, еще тысячи толпились перед футбольным полем и на самой игровой площадке. Для расчистки поля на стадион ввели конную полицию, причем один из полицейских был на белой лошади, которая стала одним из самых ярких символов этого события. «Финал белой лошади», как стали называть этот матч, стал самым массовым спортивным мероприятием в мире, и вряд ли этот рекорд будет побит. Открытие выставки несколько раз откладывали — отчасти из-за организационных проблем, отчасти для того, чтобы дать возможность

подготовить свои экспозиции и доставить экспонаты. На тот момент в состав Британской империи входило 58 территорий, из которых 56 участвовали в экспозиции.

Наконец, в день святого Георгия, 23 апреля 1924 г., Георг V, внук королевы Виктории, открыл выставку. Речь главы государства впервые в мире транслировалась по радио в прямом эфире недавно созданной корпорацией BBC. Выступление в Лондоне и других городах слушали 6 млн человек, из них примерно 100 тыс. находились на стадионе «Эмпайр стадиум». В своей вступительной речи король говорил о Британской империи как о семье народов и о необходимости братского сотрудничества в рамках этой разнообразной группы наций, о том, как необходимо единство после трудных лет войны. Официально целью выставки было стимулирование торговли, укрепление связей, которые сплотят метрополию с её «сёстрами и дочерьми», создание

более тесного контакта между ними. Она предназначалась для утверждения тезиса, что у империи не только великое прошлое, но и грандиозное будущее.

Судя по всему, король остался доволен выставкой, он посещал ее несколько раз.

Участниками выставки были только Великобритания и ее территории. Иностранные государства не приглашались.

Двумя основными павильонами были Дворец промышленности и Дворец машиностроения. В то время они стали крупнейшими железобетонными зданиями в мире. Каскад прудов, соединенных друг с другом, сады и пар-

ки отделяли северную часть выставки от южной. Вокруг этих природных объектов концентрировались павильоны крупнейших экспонентов — Австралии, Индии, Канады и Новой Зеландии.

Большая часть павильонов и открытых экспозиций других участников располагалась в южной части Уэмбли. Все улицы в выставочном городке носили названия, которые им дал знаток и певец Британской империи Редьярд Киплинг, возможно, по просьбе короля Георга V, которого связывала с писателем личная дружба.

Большинство выставочных павильонов, как обычно для таких экспозиций, предназначались для временного пользования и были впоследствии разрушены. Однако Дворец машиностроения и павильон Британского правительства дожили до 1970-х гг. из-за высокой стоимости демонтажа огромных бетонных конструкций.

Специально для выставки была построена кольцевая железная дорога. Сами здания были соединены между собой легкорельсовым транспортом.

Стадион «Уэмбли» стал самым главным наследием выставки Британской империи, как в материальном, так и в культурном отношении



Выставка стала поводом к первому в Англии выпуску памятных почтовых марок. Две марки были выпущены 23 апреля 1924 г. — номиналом в 1 пенни, алого цвета, и 1,5 пенни коричневого цвета. Кроме марок было напечатано множество конвертов, открыток и плакатов.

С помощью выставки британцам напоминали об огромной ценности, материальной и политической, их империи

Самым крупным по размеру был австралийский павильон. Павильон Западной Африки был выполнен в виде миниатюрной копии города-крепости Зариа в Нигерии. Цейлон и Бирма воссоздали копии своих главных достопримечательностей, Гонконг был представлен улицей китайских магазинов.

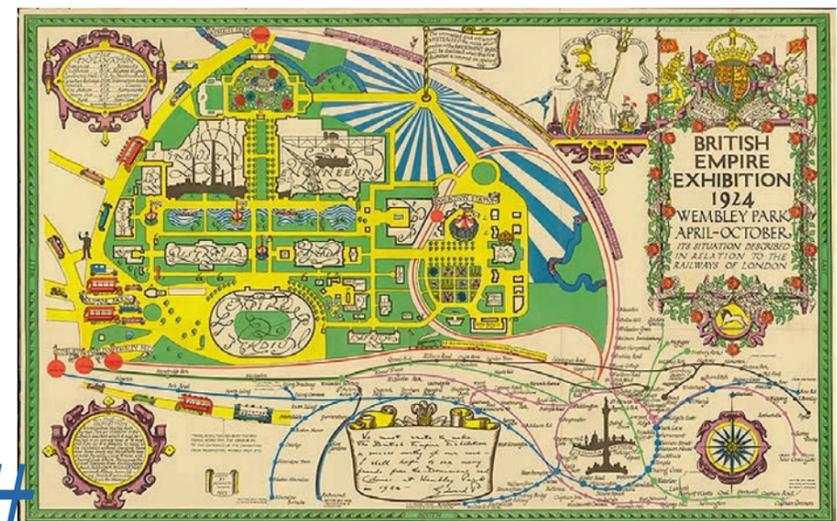
Внутри павильонов была развернута торговля и показывались экспонаты, характерные для этих мест. Так, за время работы выставки в австралийском павильоне продали 7 млн яблок. Вест-Индия и Британская Гвиана торговали экзотическими коктейлями и показывали экспонаты, сделанные из сахара. В павильоне Канады красовалась статуя Принца Уэльского в костюме индейца в натуральную величину, выполненная из охлажденного сливочного масла, как свидетельство высокого развития молочной промышленности этой страны. Павильон Цейлона демонстрировал драгоценные камни и ювелирные изделия. Большой павильон Индии, который очертаниями напоминал Тадж-Махал в Агре, был разделен на 27 секторов, по числу провинций Индии, в каждом

из которых демонстрировались характерные для этих мест изделия. Здесь также разместилась выставка индийского искусства.

Павильон Британского правительства знакомил публику с особенностями работы государственных учреждений. Здесь можно было увидеть, как работает канализационная система Лондона, демонстрировалась работающая модель автоматической телефонной станции. Показывались документальные фильмы с такими, например, названиями, как «Три миллиона писем в день» или «Чистое молоко». Центральной мыслью была главенствующая роль Англии в обеспечении прогресса и процветания всей империи.

Как и любое другое подобное мероприятие, выставка сопровождалась обширной культурной программой, здесь проходили концерты, театрализованные представления, парк развлечений привлекал детей и взрослых.

Когда выставка открылась, пресса описывала ее как крупнейшее и самое важное событие после первой лондонской выставки 1851 г. Газетчики называли выставку Британской империи «воротами в мир». Она была огромной и предлагала тысячи развлечений. Официальный путеводитель по выставке, Lawrence's Official Guide, информировал посетителей, что можно «сделать Уэмбли» за один день. Но лучше, конечно, посвятить ей несколько дней. Визит одного дня,



Территория выставки имела строго симметричную лучевую структуру, ее пересекали две главные оси, образовывавшие в плане крест св. Андрея. На северной оконечности находился центральный вход и огромный парк, на южной — раскинулся стадион.



Из прошлого

рекомендованный в гиде, включал Дворец промышленности (здесь были потребительские товары, бытовая техника, ткани, обстановка дома, продовольствие); Дворец машиностроения с последними достижениями в сфере электричества, автомобилей и воздухоплавания; во Дворце искусства надлежало восхититься Кукольным домиком королевы Марии — миниатюрной копией Букингемского дворца; ну и конечно, успеть посетить павильоны Австралии, Канады, Новой Зеландии. Организаторы утверждали, что за несколько дней на выставке британцы узнавали больше о своей империи, чем за несколько месяцев настоящих путешествий. И все это всего за 18 пенсов.

В отличие от других выставок, эта работала два сезона подряд — закрывшись 31 октября 1924 г., она затем вновь открыла двери весной 1925 г.

Несмотря на восторженные отзывы прессы и энтузиазм организаторов, выставка 1924 г. оказалась финансовым провалом. Исполнительный директор сэра Уильяма Трэверса Кларка винил во всем сырую холодную погоду. Как бы то ни было из ожидавшихся 30 млн человек в 1924 г. мероприятие посетили только 17 млн, соответственно и доходы оказались почти наполовину меньше запланированных.

Для того, чтобы компенсировать расходы и хоть как-то свести концы с концами, после тяжелых дебатов было решено возобновить работу выставки в мае 1925 г. После некоторых колебаний Австралия, Новая Зеландия, Южная Африка и Канада согласились вновь вернуться в свои павильоны, но лишь после того, как им пообещали существенную субсидию на возмещение расходов. С Индией оказалось сложнее. Отчасти из-

за финансовых соображений, отчасти из-за недопонимания с метрополией, отчасти из-за нарастающей политической борьбы правительство Индии отказалось от официального участия во второй раз. Организационный комитет выкупил павильон Индии и разместил в нем частных индийских торговцев, превратив таким образом павильон в красочный восточный базар.

Выставка Британской империи стала крупнейшим и самым амбициозным мероприятием подобного рода за всю историю международных выставок. С этой выставкой нация связывала свои надежды на светлое будущее в безрадостном мире, переживающем последствия войны и погруженном в депрессию. Очень мало кто догадывался, что до крушения Британской империи оставалось совсем немного времени.

Ирина СКИБИНСКАЯ

Стоимость выставки составила 12 млн ф. ст., она стала крупнейшей, по тем временам, выставкой в мире — за два сезона её посетили 27 млн человек



SHORE HOUSE
Sh
10 ЛЕТ
ЯХТ-КЛУБ • РЕСТОРАН

РЕСТОРАН • ЯХТ-КЛУБ • БАССЕЙН

66 КМ МКАД (ВНЕШН.),
КРАСНОГОРСК
ТЕЛ.: +7 (495) 727 26 78,
+7 (926) 223-91-94

RESTAURANTS
by Citrus Group

NOVIKOV
GROUP OF COMPANIES
SINCE 1966

Реклама

0+



RAVAZZOLO

K

КРОКУС СИТИ МОЛЛ

Крокус Сити, 66-й км МКАД
Тел.: +7 (495) 236 12 58
www.crocuscitymall.ru

НОВОСТИ

Лучшие продажи аукционов Christie's и Sotheby's в категории «Современное искусство».



Люсьен Фрейд. «Беременная девушка»
1960–1961 гг., 16,1 млн ф. ст. (предварительная оценка — 7–10 млн ф. ст.). Аукцион Sotheby's, Лондон.

Картина вызвала настоящий ажиотаж среди покупателей. За нее до последнего бились 6 человек. На картине изображена возлюбленная Фрейда Бернадин Коверли, беременная их дочерью. Эксперты считают картину самым нежным и эмоционально насыщенным полотном художника. По словам искусствоведа Оливера Баркера, эта невероятно красивая картина демонстрирует действительно сильную связь между художником и девушкой.

Альберто Бурри. Sacco e Rosso
Прим. 1959 г., 9,1 млн ф. ст. (предварительная оценка — 9–12 млн ф. ст.). Аукцион Sotheby's, Лондон.



По утверждению представителей аукционного дома, это самая значительная работа итальянского художника, когда-либо выставленная на торги. Одна из 15 картин Бурри под общим названием «Мешковина и красный» имеет солидный провенанс. Она выставилась в Палаццо Грасси в Венеции, музее Стеделек в Амстердаме и Музее Соломона Гуггенхайма в Нью-Йорке во время персональной выставки художника в 2015 г.

Питер Дойг. «Дом архитектора в долине»
1991 г., 11,3 млн ф. ст. (предварительная оценка — 10–15 млн ф. ст.). Аукцион Christie's, Лондон.



Аукцион Christie's уже выставлял эту картину на торги в феврале 2013 г. Тогда она была продана за 7,7 млн ф. ст. Она написана в самый успешный период творчества художника в начале 1990-х годов, когда Дойг закончил учиться в Лондоне и вернулся в Канаду. Полотно изображает дом архитектора Эберхарда Зейдлера сквозь вязь веток в долине Торонто. В 2002 г. лондонский галерист Чарльз Саатчи купил картину всего за 314 тыс. ф. ст.

АУКЦИОНОВ



Энди Уорхолл. «Большая банка супа Campbell»
1964 г., 5,1 млн ф. ст. (предварительная оценка — 4,5–6,5 млн ф. ст.). Аукцион Sotheby's, Лондон.

Легендарный сюжет картин Уорхолла — банка супа Campbell, которая сделала его иконой поп-арта и мировой знаменитостью. Компания Campbell, поначалу озадаченная таким художественным сюжетом, быстро поняла, какую выгоду он может им сулить. В октябре 1964 г. компания заказала художнику четыре огромные картины с банками супа в качестве памятных подарков членам Совета директоров компании. В их числе была и представленная картина.

Жан-Мишель Баскья. «Голова безумца»
1982 г., 6,2 млн ф. ст. (предварительная оценка — 4,5–6,5 млн ф. ст.). Аукцион Sotheby's, Лондон.

Картина принадлежала малазийскому финансисту Джжо Лоу, который приобрел ее на аукционе Christie's в 2013 г. за 12 млн долл. В этом году миллионер неудачно перепродал несколько своих картин, включая работы Клода Моне, Пабло Пикассо и Жана-Мишеля Баскья. Общие потери неудачливого коллекционера в итоге составили 15–16 млн долл.



Френсис Бэкон. «Две фигуры»
1975 г., 5,5 млн ф. ст. (предварительная оценка — 5–7 млн ф. ст.). Аукцион Christie's, Лондон.

Написанная в Париже в середине 1970-х годов картина представляет собой двойной портрет, на котором художник изобразил себя и своего возлюбленного Джорджа Дайера, чья трагическая гибель в 1971 г. послужила толчком для создания серии так называемых черных триптихов. С момента создания картина находилась в коллекции близкого друга и биографа Бэкона Майкла Пеппиатта и регулярно участвовала в выставках по всему миру.



Люсьен Фрейд. «Голова Эстер»

1982–1983 гг., 4,8 млн ф. ст. (предварительная оценка — 2,5–3,5 млн ф. ст.). Аукцион Christie's, Лондон.

Период начала 1980-х годов был крайне важным в творчестве Фрейда, которому тогда исполнилось 60 лет. Именно в этот момент широкого общественного признания, когда были созданы самые известные его работы, Фрейд впервые за более чем десятилетие решил написать портреты собственных детей.



Люсьен Фрейд. «Голова Иб»

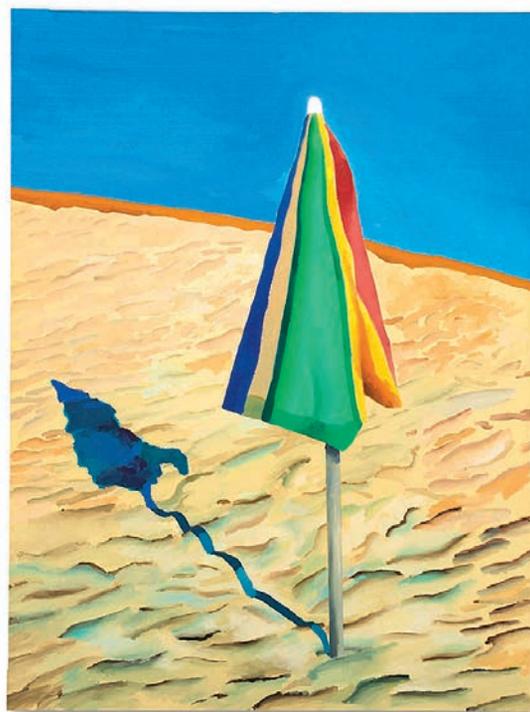
1983–1984 гг., 2,5 млн ф. ст. (предварительная оценка — 2,5–3,5 млн ф. ст.). Аукцион Christie's, Лондон.

Обеим дочерям Фрейда на момент написания портретов было чуть больше 20 лет: Изабел родилась в 1961 г. (ее матерью была Сьюзи Бойт), а Эстер в 1963 г. (мать — Бернадин Коверли). Оба портрета в свое время входили во все крупнейшие ретроспективные выставки художника, включая выставки в Музее Хиршхорна в 1988 г., в лондонской галерее Тейт в 2002–2003 гг. и в Национальной портретной галерее Лондона в 2012 г.

Дэвид Хокни. «Пляжный зонтик»

1971 г., 3,1 млн ф. ст. (предварительная оценка — 1–1,5 млн ф. ст.). Аукцион Christie's, Лондон.

В 27 лет Хокни, заработав на продаже своих работ достаточно денег, надолго оставил родную Британию и отправился в Калифорнию. Город Лос-Анджелес был мечтой художника. Идеальные залитые солнцем виды были отличным сюжетом для картин в стиле поп-арт. В работах Хокни преобладают орнаментальные элементы, они выдержаны в ярких, прозрачных красках и создают эффект переменчивости пространства и света.





ДОРОГАЭКСПО

7-я международная специализированная выставка-форум

11-13 октября
2016 года

Крокус Экспо
I павильон, залы 3 и 4



12+

реклама

ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ

Инновации
Интеллектуальные транспортные системы (ИТС)
Безопасность дорожного движения, дорожный сервис
Мосты и тоннели (проектирование, строительство, эксплуатация)
Дорожно-строительная техника и лизинг

Организатор:

 **КРОКУС ЭКСПО**
Международный выставочный центр



МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Минтранс России



Официальная поддержка:

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО
РОСАВТОДОП

 АВТОДОП

Соорганизатор
деловой программы:

 **прайм**

WWW.DOROGAEXPO.RU



ЭКСПО, ОТЛИТЫЕ В МЕТАЛЛЕ

Проведение Всемирной универсальной выставки, или EXPO, начиная с первой выставки промышленных достижений «всех наций» в Лондоне в 1851 г. и до сегодняшнего дня — всегда огромное событие для страны-организатора. Чтобы увековечить память о нем, хозяева выставки стали чеканить памятные монеты.



Больше всего монет различные страны мира выпустили в связи с проведением Всемирной выставки в Шанхае в 2010 г.

США первыми выпустили серебряную монету номиналом 50 центов в ознаменование Всемирной Колумбовой экспозиции в Чикаго в 1893 г., посвященной 400-летию открытия Америки. В течение долгого времени американские 50 центов были единственным напоминанием об ЭКСПО. И только в 1935 г. по поводу проведения в Бельгии Всемирной универсальной выставки вышли серебряные монеты номиналом 40 и 50 франков с изображением Большого Дворца — главного павильона выставки, выполненного в лучших традициях промышленной романтики ар-деко. Надо сказать, что основные всемирные выставки, начиная с лондонской (1851 г.), филладельфийской (1876 г.) и парижской (1889 г.), нашли свое отражение на серии кубинских монет номиналом 1, 5 и 10 песо, выпущенных в 1998–1999 гг. по поводу проведения в 2000 г. ЭКСПО в немецком

Ганновере. В серию вошел и Атомийум брюссельской выставки 1958 г. Еще раз Атомийум появился на бельгийской биметаллической монете в 2 евро в 2006 г. В 1970 г. ЭКСПО состоялась в японском городе Осака. По этому поводу в Стране восходящего солнца выпустили в массовое обращение монету из медно-никелевого сплава номиналом 100 иен. На аверсе (лицевая сторона) помещено изображение горы Фудзи, на реверсе (обратная сторона) — земной шар и эмблема выставки. Также для массового (регулярного) обращения была выпущена монета опять же из медно-никелевого сплава и такого же номинала в связи с проведением в городе Окинава ЭКСПО-75. В третий раз Япония принимала Всемирную выставку в 2005 г. На проведение ее откликнулся Варшавский монетный двор, отчеканивший монету номиналом 2 злотых из так называемого нордического золота. На реверсе монеты изображена Фудзи с восходящим над горой солнцем и пара журавлей.



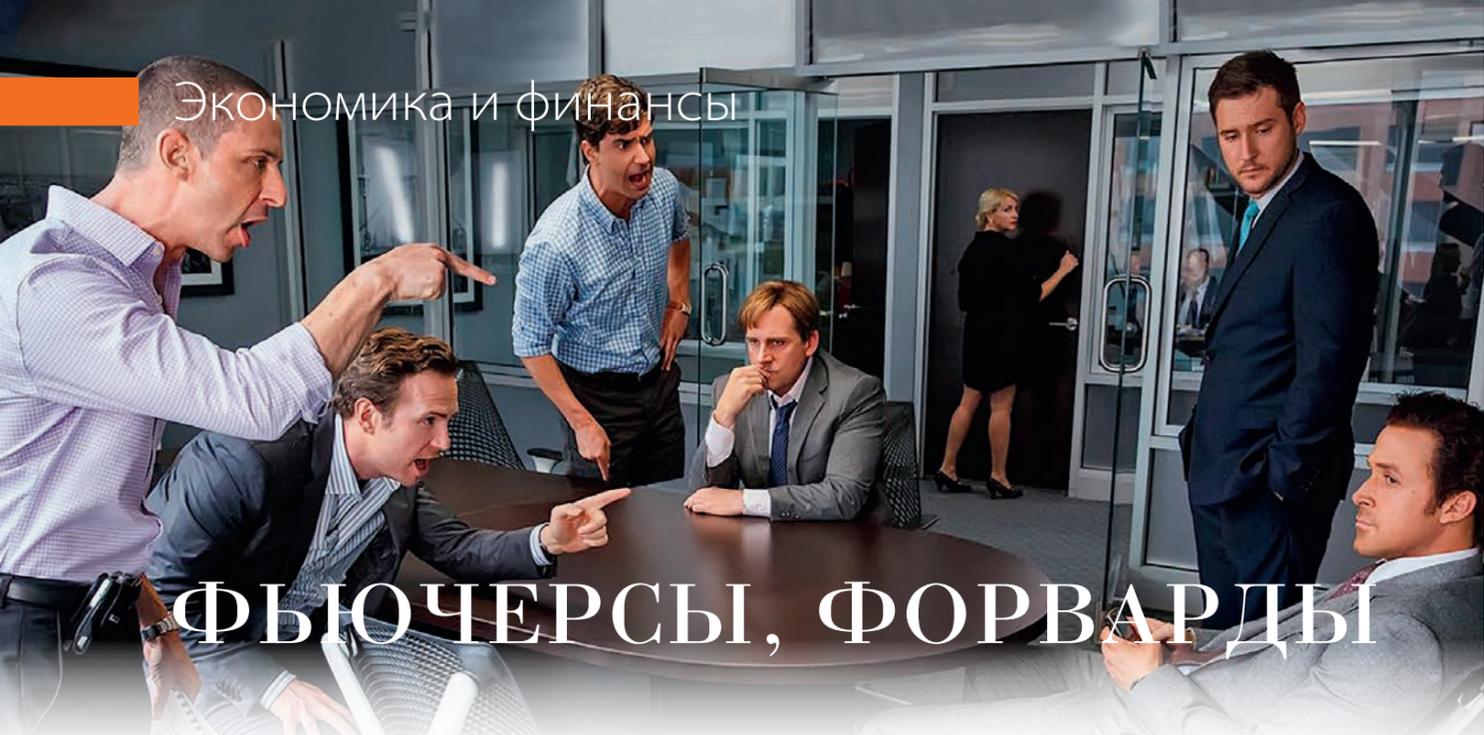
Начало XXI в. ознаменовалось проведением в Ганновере всемирной выставки ЭКСПО-2000, которой и посвятила Куба набор упомянутых монет. Германия же по случаю этой выставки отчеканила серебряную монету номиналом 10 марок. Больше всего монет различные страны мира выпустили в связи с проведением Всемирной выставки в Шанхае в 2010 г. В ознаменование этого события Народный банк Китая отчеканил несколько серий золотых и серебряных памятных монет общим числом 30 и номиналом от 10 до 150 юаней, а также одну медно-никелевую — номиналом 1 юань. На лицевой стороне всех монет — логотип ЭКСПО, который изображает силуэты трех человек и символизирует человечество как большую семью. Создателей логотипа вдохновил китайский иероглиф, который означает «мир». Из участников шанхайской выставки свои монеты ей посвятили Австралия и Испания. Первая отчеканила четыре серебряных монеты номиналом 1 австралийский доллар с цветным покрытием (мультиколорные). В углу реверса всех монет помещен символ шанхайской выставки. Монетный двор Испании выпустил серебряную монету достоинством 10 евро с изображением испанского павильона, который получил в наро-

де прозвище «корзинка». Над его изображением — название выставки на китайском языке. Следующая всемирная выставка EXPO-2012 прошла в Южной Корее в городе Ёсу. Основная тема выставки: бережное использование ресурсов прибрежной зоны Мирового океана. Банк Кореи по этому поводу выпустил золотые и серебряные монеты с одинаковым рисунком аверса — эмблемой этой выставки. Золотые имеют номиналы в 15 000 и 20 000 вон. Серебряные монеты с мультиколорным покрытием: две по 5 000 вон и одна 10 000 вон — имеют разные рисунки реверса. Кроме того, большим тиражом была отчеканена биметаллическая монета номиналом 1 000 вон с изображением на реверсе талисманов выставки — Ёни и Суни. Всемирная выставка 2015 г. в Милане была посвящена экологически чистой еде и продуктам питания XXI в. К этой выставке памятные монеты отчеканили Италия и Сан-Марино. Итальянская биметаллическая номиналом 2 евро имеет стандартный для всех монет зоны евро рисунок аверса. На реверсе — символическое изображение Земли, из которой вырастает ветвь папоротника, представляющая «энергию для жизни» (девиз ЭКСПО). Вверху полукругом название выставки, внизу ее логотип и год проведения.

Советская монета в 15 копеек 1967 г. с «Рабочим и колхозницей» Веры Мухиной не была посвящена собственно ЭКСПО, но изображала скульптуру, созданную для советского павильона на Всемирной выставке в Париже в 1937 г.

На реверсе серебряной монеты Республики Сан-Марино номиналом 5 евро изображена символика выставки — две руки, направленные в разные стороны, как бы олицетворяющие еду и воду. И в заключение о двух монетах, не посвященных всемирным выставкам, но изображающих их символы. Это советские 15 копеек 1967 г. с изображением скульптуры «Рабочий и колхозница». Эта скульптура была создана для советского павильона на Всемирной выставке в Париже в 1937 г. Верой Мухиной. Франция в 1989 г. отчеканила для массового обращения никелевую монету номиналом 5 франков, посвященную 100-летию Эйфелевой башни, созданной первоначально в качестве экспоната для Всемирной выставки в Париже в 1889 г. Впоследствии изображение ее фигурировало еще на нескольких монетах, в том числе золотых.

Андрей БАРАНОВСКИЙ



ФЬЮЧЕРСЫ, ФОРВАРДЫ

Примерно с середины 1980-х годов происходит бурный рост финансовой сферы в количественном и качественном аспектах. Резко выросли размеры финансовых операций, появляются и быстро развиваются новые финансовые инструменты. При этом у рядовых граждан крепнет убеждение, что самостоятельно разобраться в сложностях финансов невозможно.

В адрес финансовой сферы нередко звучат обвинения — дескать, вместо исполнения своей роли посредника, организующего денежные потоки, собирающего денежные сбережения и передающего их реальному сектору, она увлеклась обращением денег в своих пределах в целях обогащения узкого круга посвященных. За всем этим вниманием уделяется анализу сути происходящего.

Действительно, большой прогресс сделали рынки ценных бумаг. Возьмем, например, акции. Благодаря развитию акционерного дела происходит процесс чрезвычайной важности — превращение в товар бизнеса как созидательного комплекса. Поскольку цена акции — это капитализированные будущие прибыли компании, посредством акций становится возможным оценивать и сравнивать разные виды бизнеса, так как общее у них всех — это создание дохода и прибыли. Таким образом, ведение бизнеса в наше время стало публичным делом. Общество может оценивать бизнес и влиять на его судьбу: покупать акции и давать бизнесу деньги или продавать акции и тем самым губить ненужный бизнес. Теперь любой заинтересованный наблюдатель в своем смартфоне может узнать текущую цену акции той или иной компании. Движение их курсов создает картину состояния бизнеса в стране с учетом

сложившихся условий и позволяет инвесторам принимать взвешенные решения о его перспективах. А для того, чтобы составить представление о положении в экономике в целом, существуют индексы. Будучи расчетной величиной на основе цен акций группы представительных компаний, индекс позволяет судить о том, куда

«дует ветер». Для наблюдателя важна не сама величина индекса — это результат выбранного метода исчисления, а направление и размер его изменений: в позитивную или негативную сторону.

Ежедневные колебания цен акций и других активов породили стремление участников финансового рынка защитить свои интересы. Так возник срочный рынок и его инструменты: форварды, опционы, фьючерсы и другие. Рынок научился не только оценивать стоимость активов — денежных ресурсов и бизнеса через валюты, облигации и акции, но и риск изменения этой стоимости через производные финансовые инструменты. Они получили название «деривативы»: от английского термина «производная». Развитие срочного рынка финансовых активов и его инструментов позволяет выявить и показать вектор движения цен и событий.

Риск изменения в будущем валютного курса или ставки процента можно оценить и нейтрализовать умелыми операциями с форвардами

Развитие срочного рынка финансовых активов и его инструментов позволяет выявить и показать вектор движения цен и событий

ФОТО: iStockphoto/DEPOSITPHOTO.COM



И ВСЯКИЕ ОПЦИОНЫ

и фьючерсами. Огромный объем таких операций ежедневно совершается на рынке Форекс. Например, как только в одном месте курс валюты становится существенно ниже, чем в другом (это называется — арбитражная ситуация), в образовавшийся проем бросаются дилеры банков с большими суммами денег. Надо торопиться, поскольку там, где они дешево покупают, возникает спрос, и цена валюты идет вверх, а там, где они дорого продают, создается предложение, и цена валюты идет вниз, в результате чего разрыв устраняется. Таким образом, валютные дилеры своими действиями устраняют разрывы в поведении валютных курсов и выстраивают для участников хозяйственной деятельности обоснованный на данный момент курс валюты.

Для торговцев акциями большое значение имеет опцион. Он позволяет оценить риск изменения цены акции на протяжении определенного отрезка времени и попытаться защитить свои интересы, покупая или продавая этот инструмент. Торговля опционами подняла биржевое дело на новый уровень — оно стало учитывать фактор времени и поведение цены актива. Биржа создала свой инструмент — фьючерсы и организовала торговлю ими на разные активы, что позволяет получить оценку стоимости активов в будущем. Это дает возможность биз-

несу ориентироваться в своих планах на определенные будущие периоды.

Пока на рынке ценных бумаг происходила отработка новых инструментов и операций, возрастали риски ведения операций в банковском деле. Эта проблема приобретала все большие масштабы в сфере массового кредитования физических лиц и особенно — в ипотечном кредитовании. Но и в кредитовании крупных компаний имелись свои проблемы и риски. Вот тут-то и подспела секьюритизация.

Важна не сама величина индекса, а направление и размер его изменений: в позитивную или негативную сторону



Оказалось, что с помощью нового вида ценных бумаг — кредитных деривативов — риск банкира относительно надежности заемщика можно переложить на институты финансового рынка. Появились облигации, обеспеченные долговым залогом (collateralized debt obligation, CDO), которые со временем образовали целое семейство таких бумаг. Схема тут такая — масса мелких частных кредитов собирается в пул на миллиарды долларов. После чего на сумму этого пула выпускаются облигации, которые покупают инвестиционные банки, разные фонды и т. п. В результате банк получает деньги и больше не зависит от надежности заемщика. Получив деньги, банк снимает заемщика с баланса и таким образом улучшает свои показатели. При





Торговля опционами подняла биржевое дело на новый уровень — оно стало учитывать фактор времени и поведение цены актива

этом согласия заемщика не нужно, он продолжает выплачивать кредит, а банк ведет теперь учетные операции в интересах держателей облигаций. Полученные деньги банк может вновь выдать в кредит очередному заемщику или разместить в другие проекты. Все работает, пока заемщик исправно платит, но если он перестает платить — цепочка рушится. Так был спровоцирован финансовый кризис в США в 2008 г.

Другой кредитный дериватив — кредитный дефолтный своп — КДС (credit default swap, CDS) — еще интереснее. Банк № 1 выдал кредит фирме и возник риск невозврата этих средств. Тогда появляется банк № 2 и предлагает кредитору купить у него «защиту от риска» в виде КДС. Суть сделки состоит в том, что банк № 1 платит банку № 2 своего рода страховую премию, а последний обязуется отдать ему деньги вместо заемщика, если тот не заплатит (т.е. произойдет дефолт). Нетрудно видеть, что

Благодаря развитию акционерного дела происходит процесс чрезвычайной важности — превращение в товар бизнеса как созидательного комплекса

в хорошие времена, когда заемщик исправно платит, банк № 2 зарабатывает деньги на основе обещания, которое не приходится выполнять. Если же дефолт заемщиков действительно происходит, банк, выдавший страховку или КДС, может оказаться в трудном положении. Именно это и погубило в 2008 г. один из крупнейших американских инвестиционных банков Lehman Brothers (а также ряд других финансовых институтов), который выдал огромное количество КДС, но не смог выполнить свои обязательства, когда начала рушиться вся цепочка кредитных бумаг. Финансовая система США оказалась на грани коллапса, что и породило мировой финансовый кризис. Не будем торопиться осуждать участников этих сделок. С помощью КДС рынок научился оценивать банковские риски точнее и оперативнее, чем рейтинговые агентства. Отношения банка

и заемщика стали предметом оценки рынка ценных бумаг и его институтов. Современная техника финансовых операций позволяет вести их точный и оперативный учет. Однако и здесь не все просто. Дело в том, что учет ведется по номиналу финансовых активов — величине кредитов, стоимости акций, облигаций и т.п. Это нужно, чтобы контролировать, кто является владельцем этих активов в каждый данный момент. Применительно к дериватам это дает забавный эффект — суммируются все многочисленные операции, и в результате появляются громадные цифры — около 700 трлн долл. в год. Конечно, столько денег нет в природе — суммарный ВВП всего мира — около 80 трлн долл. Но речь и не идет о реальных деньгах — речь идет о суммарной величине всех операций, которая трактуется как величина финансовых рынков.

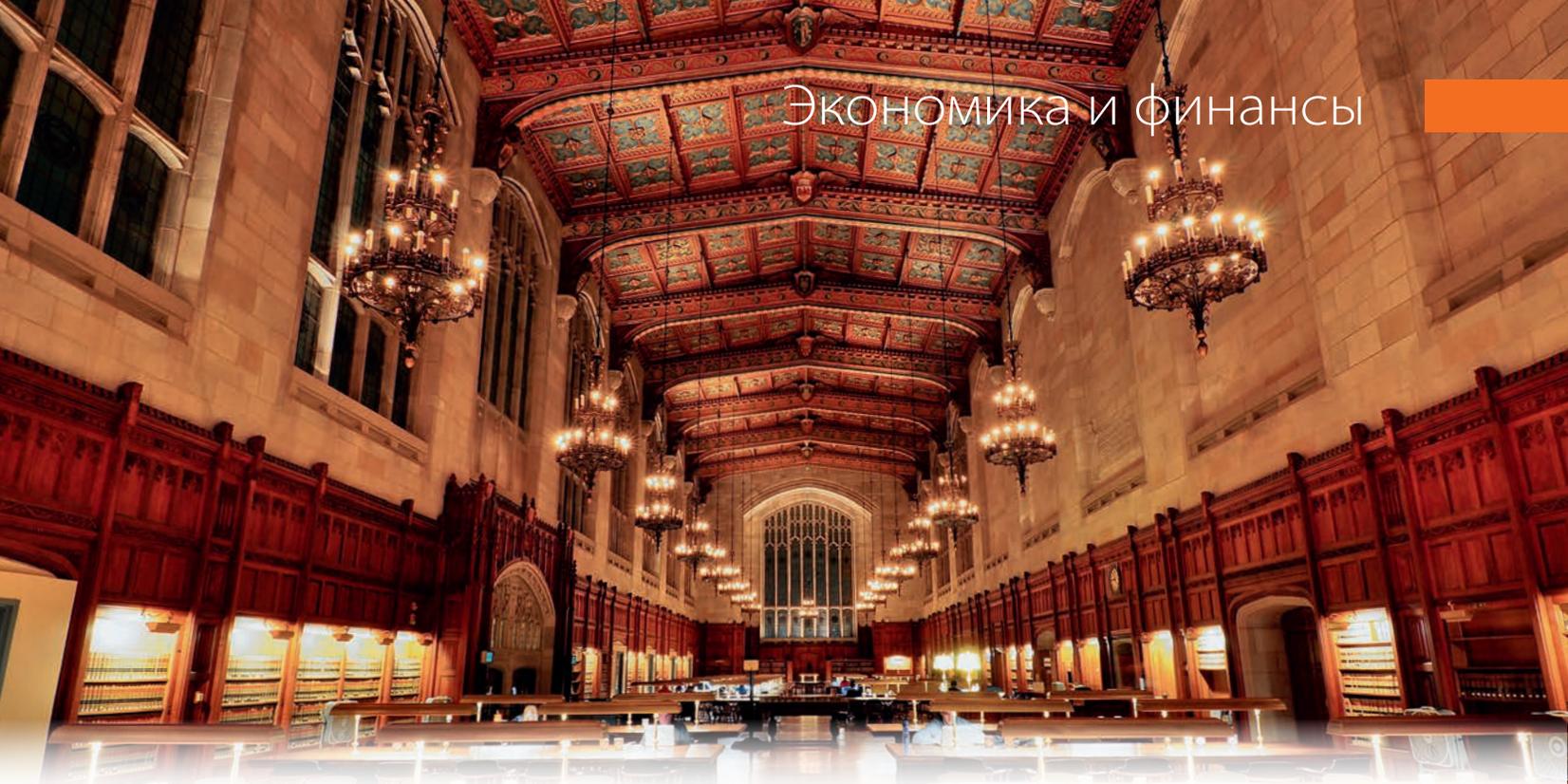
Итак, каждый сектор финансового рынка занят своим важным делом — оценкой соответствующих активов и обеспечением интересов инвесторов путем операций с финансовыми инструментами. Так что не следует обвинять финансовый сектор в том, что он обделяет реальный сектор экономики денежными средствами. Это не так. Когда реальный сектор знает, что делать, он привлекает столько денег, сколько ему нужно. Нынешнее вялое развитие западной экономики объясняется достигнутой степенью «сытости» — все есть, и реальный сектор не находит простора для роста, даже когда центральные банки приготовили ему деньги. У России ситуация противоположная, но это предмет отдельного обсуждения.

В наше время для успешного ведения бизнеса следует понимать, как работают механизмы финансового рынка, и отводить время на их изучение.

Михаил ПОРТНОЙ,

д. э. н., профессор, руководитель Центра внешнеэкономических исследований Института США и Канады РАН





ПУТЬ К КАРЬЕРЕ

На мировом рынке образовательных услуг бизнес-школы США занимают лидирующие позиции. Бизнес-образование включено в программу всех ведущих университетов страны. Классическая его модель предполагает двухгодичное обучение деловому администрированию. В первый год слушатели знакомятся с обязательными базовыми дисциплинами, а в течение второго года изучают специализированные предметы. В настоящее время существует несколько вариантов получения академической степени MBA: двухгодичные и годовые курсы, очные или без отрыва от основной профессиональной деятельности.

Ведущие позиции США в сфере бизнес-образования безусловно объясняются накопленным опытом обучения ведению бизнеса. Но, кроме того, именно американские школы наиболее быстро реагируют на запросы студентов и работодателей, на новые тенденции в развитии рынков, внимательно следят за результатами исследований в области экономики и быстро интегрируют их в свои программы.

Ведущее место среди американских бизнес-школ занимают Stanford

University GSB, Harvard Business School, University of Pennsylvania, Columbia Business School, Chicago GSB, Northwestern University, MIT Sloan, University of Michigan.

Особенностью современного бизнес-образования является его гибкость и максимальная приближенность к текущим реалиям.

Особенностью современного бизнес-образования является его гибкость и максимальная приближенность к текущим реалиям. Оно учит ориентации в нестандартных ситуациях, исходит из того, что ничто не стоит на месте, все находится в постоянном развитии, в том числе и бизнес. Успеха добивается тот, кто движется вместе с этими бизнес-процессами, может быстро разобраться в том, что происходит, и не только грамотно применить ту или иную бизнес-модель, но и создать новую, собственную.

За историю существования бизнес-образования выработалась определенная процедура отбора и приема на учебу студентов. Она предполагает предоставление рекомендаций, сдачу специальных тестов GMAT (определение способности успешно обучаться в бизнес-школах) и TOEFL (Test of English as a Foreign Language — тест на знание английского языка как иностранного, сдача которого обязательна для неанглоязычных иностранцев для поступления в вузы США и Канады,

В XX веке новым предметом обучения студентов стало бизнес-образование. Местом его рождения считаются США, где Гарвардский университет впервые организовал в 1908 г. программу MBA (Master of Business Administration — магистр делового администрирования).



ровать свою креативность, склонность к эффективной работе в команде.

Слушатели сами формируют программы

Раньше в деловом образовании существовала простая модель: школа составляла учебный план, а слушатели выступали в роли потребителей образовательной услуги. Основной, если не единственной, возможностью для студентов повлиять на ход обучения была оценка результативности образования после выпуска, последствия которой ощущал на себе в лучшем случае уже следующий поток.

В современных условиях люди, готовые прервать свою работу и потратить на обучение немалые деньги, стремят-

В США более 60% менеджеров компаний имеют степень MBA. MBA-программы преподаются в 500 образовательных учреждениях страны, а дипломы ежегодно получают более 90 тыс. человек



Компания Social Finance, Inc. проанализировала размер кредитов, которые берут студенты на обучение в бизнес-школах, и их доходов после окончания занятий. Было обследовано 240 тыс. студенческих займов за 2 года и рассмотрен средний доход выпускников через три года после получения диплома. Так, соотношение доходов выпускника Harvard Business School к его расходам на обучение составило 1,9, MIT Sloan — 1,7, Northwestern Kellogg — 1,5, Chicago Booth — 1,4.

а также Европы и некоторых стран Азии), а также написание эссе и отдельное собеседование.

Однако в последние годы эта система начала утрачивать эффективность. Если раньше считалось, что эссе является достоверным отражением способностей, амбиций и образованности абитуриента, то сейчас, при обилии информации в интернете, оно стало, скорее, играть роль дополнительного материала. В настоящее время на первый план при приеме в бизнес-школы выходят другие аспекты. Например, способности поступающего преподнести себя как личность, продемонстри-

ся самостоятельно влиять на процесс обучения и контролировать его. Их подход к получению образования становится более прагматичным: они хотят четко понимать, на что тратят свои финансы, и иметь возможность оказывать влияние на учебный процесс. В некоторых бизнес-школах создаются специальные онлайн-платформы, на которых зарегистрированные пользователи могут делиться своими идеями относительно учебной программы. Право голоса дается не только студентам или выпускникам, но также корпоративным партнерам, потенциальным работодателям и прочим заинтересованным лицам. Такой способ обмена мнениями пользуется большой популярностью. Как правило, по окончании учебного года специальная экспертная комиссия рассматривает предложения и выбирает лучшие.

Обучение перетекает в интернет

Для современного слушателя программы MBA важными факторами являются мобильность и возможность получать образование без ущерба для других видов занятий. Имеется в виду возможность успешно сочетать работу, учебу и семейную жизнь, не говоря уже о том, что далеко не все готовы отрываться от работы и лишаться себя источника регулярного дохода. В ответ

Рост средней зарплаты выпускника MBA по сравнению с уровнем до обучения составляет в настоящее время в мире в среднем 90%

на такие потребности потенциальных слушателей бизнес-школы запускают новые онлайн-программы, открывающие возможности для очно-дистанционного изучения программы iMBA. Такая форма обучения стоит в три раза дешевле очного аналога.

Эксперты практически единодушны в том, что в ближайшие годы ожидается бурное развитие модульных программ и технологий дистанционного образования. Одновременно в бизнес-образовании увеличивается количество форматов, альтернативных традиционным, таких как Master in Management, iMBA, различных онлайн-курсов.

Условие для успешной карьеры

В настоящее время в США получение бизнес-образования — это обязательное условие для успешной карьеры в бизнесе. MBA-программы имеются в 500 образовательных учреждениях страны, а дипломы MBA ежегодно получают более 90 тыс. человек. По статистике, более 60% менеджеров американских компаний имеют степень MBA. При этом обладатели диплома MBA пользуются растущим спросом среди работодателей.

Бизнес-образование приносит значительные финансовые выгоды выпускникам бизнес-школ. Так, по данным рейтинга газеты «Файнэншл Таймс», рост заработной платы выпускников бизнес-школ составил в 2015 г. для Columbia Business School 106%, Chicago GSB — 97%, Harvard Business School — 96%, Yale School of Management — 96%.

Согласно исследованию журнала Forbes, в котором оценивается отдача от инвестиций в образование по программам MBA и учитываются стоимость образования, зарплата до и после обучения, первое место в 2015 г. занял Стэнфордский университет. Разница между зарплатой до поступления на обучение и после него за пять лет составила для выпускников Стэнфорда 99,7 тыс. долл. На втором месте бизнес-школа Booth (Чикаго) — 92,6 тыс. долл. Третье место принадлежит Harvard Business School — 79,6 тыс. долл.



Доходы и расходы

Бизнес-школа	Средний доход, тыс. долл.*	Займ на обучение, тыс. долл.	Индекс**
New York Institute of Technology	126,1	50,3	2,5
Saint Mary's College of California	116,5	49,9	2,4
California State University East Bay	89,9	38	2,4
Stanford University GSB	177,6	77	2,3

* Через три года после окончания обучения.

** Отношение средней зарплаты к займу на обучение.

По данным Graduate Management Admission Council (GMAC — организация, проводящая экзамен GMAT), рост средней зарплаты выпускника MBA по сравнению с уровнем до обучения составляет в настоящее время в мире в среднем 90%.

В развивающихся экономиках этот показатель выше: 200% для Индии, 156% для Африки и Ближнего Востока, 127% для Латинской Америки и 104% для Китая. В США диплом MBA способствует росту зарплат в среднем на 69%, а в Европе — лишь на 57%. Заметнее всего, на 112%, растут доходы слушателей, чей опыт работы не превышает трех лет. У слушателей с опытом работы от трех до пяти лет зафиксирован рост зарплаты на 100%

(для получения этих данных GMAC в 2015 г. опросила 3329 выпускников бизнес-школ из 112 университетов в 29 странах).

Затраты на получение бизнес-образования своих сотрудников довольно часто финансирует компания. В то же время студент может сам оплачивать свое обучение, получив на эти цели кредит. В США кредитование этого образования очень распространено, так как многие американские школы напрямую сотрудничают с банками.

В публикации использованы материалы сайта www.e-executive.ru.

Борис ПАВЛОВ



Новый разрыв между поколениями

«Проджект синдикейт», США

Социальная несправедливость, массовое неравенство и потеря доверия к элитам определяют политический момент в Америке. В наши дни ожидания молодежи отличны от тех, что были у их родителей. Поэтому молодежь голосует совсем не так, как старшее поколение.

PROJECT SYNDICATE
A MEMBER OF BARRONS

На обоих берегах Атлантики наблюдается весьма интересное новшество в структуре электората: молодежь голосует совсем не так, как старшее поколение. Существенную разницу в электоральных предпочтениях теперь определяют не столько уровень доходов и образования или гендерные различия, сколько принадлежность избирателей к тому или иному поколению.

Есть весомые причины для появления этой разницы. Старое и молодое поколение живут сегодня по-разному. Их прошлое также различно, равно как и перспективы на будущее.

К примеру, когда завершилась холодная война, многие юные избиратели еще не родились, а другие были детьми. Некоторые слова, например социализм, теперь не имеют тех значений, которые у них когда-то были. Да, возможно, четверть века или полстолетия назад под рубрикой социализма проводились неудачные эксперименты; но эксперименты сегодняшнего дня не имеют с этим опытом никакого сходства.

Американцам и европейцам постарше, принадлежащим к верхушке среднего класса, досталась хорошая жизнь. Когда они вступали в трудоспособный возраст, их ждала хорошо оплачиваемая работа. Они задавались вопросом, что бы им хотелось делать, а не как долго им придется жить с родителями, прежде чем найдется работа, которая позволит им начать жить самостоятельно.

То поколение рассчитывало на гарантированную работу, ранний брак, покупку дома, а возможно, еще и дачи и, наконец, на хорошо обеспеченную старость. В целом они собирались жить лучше, чем родители.

В наши дни ожидания молодых людей, независимо от уровня их доходов, прямо противоположны. На протяжении всей жизни их ждет отсутствие гарантированной работы. Многим выпускникам колледжей придется в среднем несколько месяцев искать первую работу, и нередко они смогут получить ее, лишь согласившись пройти одну или две неоплачиваемые стажировки. При этом они считают себя счастливыми, потому что знают, что ровесники победнее (даже если некоторые из них лучше учились в школе) не могут себе позволить прожить год или два без доходов и не имеют нужных связей, чтобы получить стажировку, необходимую для начала карьеры.

Сегодняшние выпускники вузов обременены долгами — и чем они беднее, тем больше они должны. Именно поэтому они не задаются вопросом, какую работу они бы хотели получить; их лишь интересует, какая работа позволит им гасить кредит на образование. Нередко этот кредит висит над ними 20 лет или даже больше. Покупка дома для них является отдаленной мечтой.

Все эти трудности приводят к тому, что молодые люди не задумываются серьезно о своей пенсии. Если бы они это сделали, они бы лишь испугались тому, как много им придется откладывать, чтобы вести в старости приличную жизнь (не ограниченную голым социальным пособием).

Иными словами, нынешняя молодежь смотрит на мир через призму межпоколенческой справедливости. Дети из верхнего слоя среднего класса, возможно, в итоге начнут жить неплохо, потому что унаследуют богатство родителей. Может, им и не нравится такая зависимость, но еще

больше им не нравится альтернатива — «начинать все с нуля», когда все условия препятствуют достижению чего-либо подобного тому, что когда-то считалось базовыми признаками стиля жизни среднего класса.

От этого неравенства нельзя отмахнуться простыми объяснениями. Дело не в том, что молодежь плохо работает. Чувство социальной несправедливости (ощущение, что игра в экономике жульническая) нарастает, поскольку молодежь видит, как банкиры, вызвавшие финансовый кризис (эту причину продолжающейся болезни экономики), увольняются с мегабонусами. При этом практически никто не понес ответственности за свои проступки. Было совершено масштабное мошенничество, но почему-то нет того, кто его совершил. Политические элиты пообещали, что реформы принесут беспрецедентное процветание. И они его принесли, но только одному проценту населения, самым богатым. Все остальные, в том числе молодежь, попали в беспрецедентно нестабильное положение.

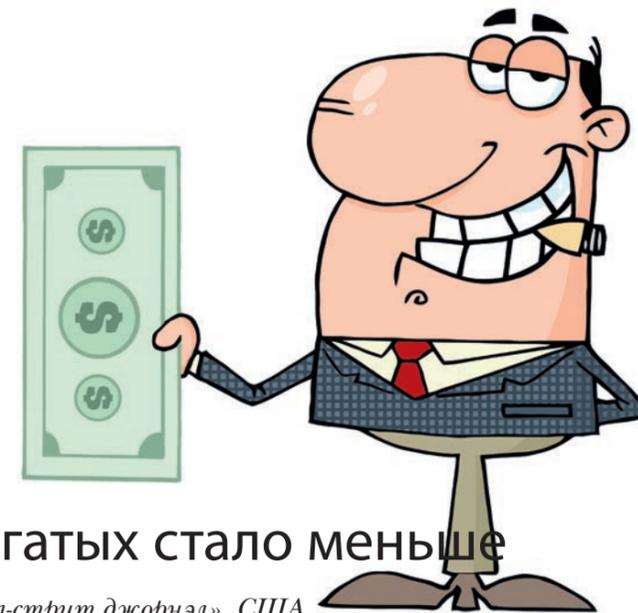
Эти три реальности: социальная несправедливость беспрецедентных масштабов, массовое неравенство и потеря доверия к элитам — определяют наш политический момент, и вполне заслуженно.

Продолжение прежнего — это не ответ. Именно поэтому левоцентристские и правоцентристские партии в Европе проигрывают. Если реформы, предлагаемые Хиллари Клинтон или Берни Сандерсом, будут одобрены, тогда возможности финансовой системы наживаться на тех, у кого жизнь и так уже полна трудностей, удастся ограничить. Кроме того, оба кандидата выдвигают предложения глубоких реформ, которые способны изменить подходы Америки к вопросу финансирования высшего образования.

Однако необходимо сделать больше: приобретение жилья должно быть доступно не только тем, у кого родители могут оплатить первый взнос; и надо создать условия для пенсионных накоплений в условиях капризного фондового рынка и того мира практически нулевых процентных ставок, в котором мы теперь живем. Наконец, самое главное — молодежь не сможет спокойно выходить на рынок труда до тех пор, пока экономика не начнет лучше работать. Официальный уровень безработицы в США (4,9%) маскирует намного более высокий уровень скрытой безработицы, которая, по меньшей мере, сдерживает рост зарплат. Мы не сможем решить проблему, пока мы не признаем ее. Наша молодежь это понимает. Она чувствует дефицит межпоколенческой справедливости, и у нее есть право на гнев.

Автор — Джозеф Стиглиц, американский экономист, лауреат Нобелевской премии по экономике ■

ФОТО: HITTOON/DEPOSITPHOTO.COM



Богатых стало меньше

«Уолл-стрит джорнэл», США

Ряды сверхбогатых жителей мира поредели впервые с 2008 г. — это свежий сигнал того, что замедление экономического роста, потрясения на фондовом рынке и слабые цены на сырье дали о себе знать.

В 2015 г. число людей, обладающих активами на сумму более 30 млн долл., сократилось на 3% до примерно 187 тыс. человек, согласно отчету агентства по торговле недвижимостью Knight Frank. Их совокупное богатство оценивается в 19,3 трлн долл.

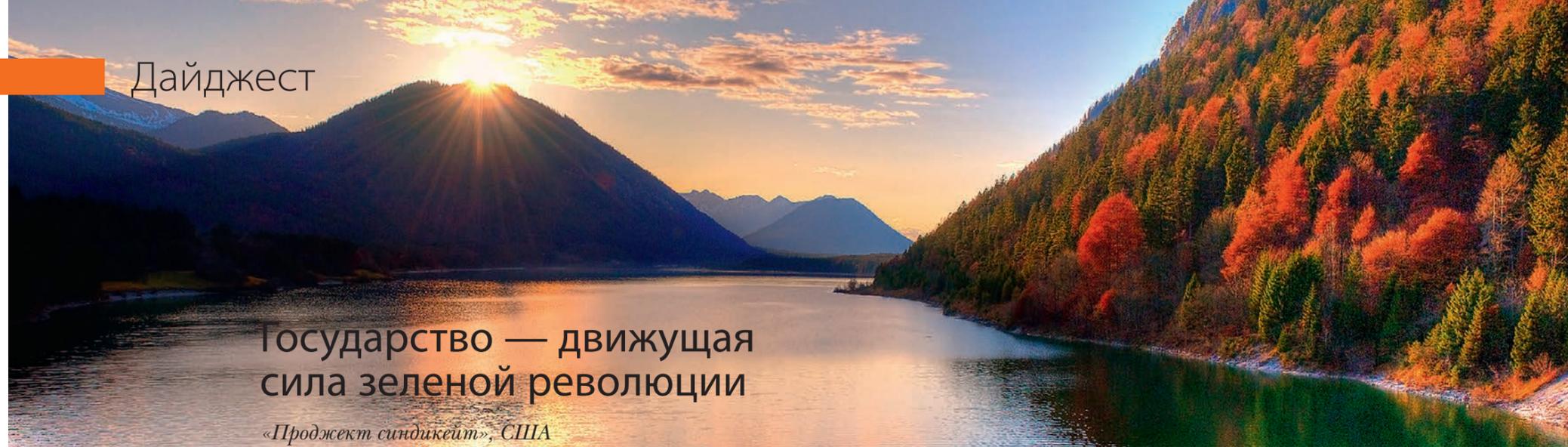
Уменьшению богатств сильно поспособствовали потери на фондовом рынке, говорится в отчете. Падение цен на нефть ударило по сверхбогатым на Ближнем Востоке и в Африке, а кроме того, сыграли роль колебания валют, — сообщается в исследовании. Больше всего потерь в списке супербогатых людей понесла Бразилия: их стало на 12% меньше. За ней следуют Саудовская Аравия (их число сократилось на 8%) и Россия — на 5%. В Китае обладателей крупных капиталов стало меньше на 1%.

В Северной Америке владельцев крупного капитала стало меньше на 2%, тем не менее на этом континенте их больше всего — 69,3 тыс. человек. На втором месте по их количеству — Европа (46,2 тыс. человек). Составители отчета предполагают, что в ближайшие 10 лет Азия опередит Европу по количеству сверхбогатых людей — их число вырастет с 41,1 тыс. до 68 тыс. человек.

В отчете говорится, что Лондон стал главным центром притяжения богатых: в этом городе они живут, инвестируют, дают образование детям. По данному показателю Лондон второй год подряд опережает Нью-Йорк. В пятерке лидеров также Гонконг, Сингапур и Шанхай. ■

Впервые с 2008 г. количество сверхбогатых людей в мире сократилось.

THE WALL STREET JOURNAL



Государство — движущая сила зеленой революции

«Проджект синдикейт», США

В вопросах развития инноваций государство должно вести себя не только как администратор, но в большей степени как государство-предприниматель, которое создает рынки, а не просто их контролирует. У государства намного больше возможностей привлечь особо талантливых людей и заниматься радикальными инновациями.

PROJECT SYNDICATE
A WORLD OF IDEAS

Дискуссии о строительстве зеленого будущего имеют тенденцию заострять внимание на необходимости улучшить генерирование энергии из возобновляемых источников. Но это только первый шаг. Критическими являются и вопросы улучшения хранения и последующей выдачи этой энергии — когда не светит солнце, не дует ветер или когда электромобили находятся в движении. И, вопреки распространенному мнению, именно государственный сектор организует и проводит работу, которая ведет к эффективным решениям этих проблем.

Начиная с коммерческой разработки литий-ионных батарей — перезаряжаемых аккумуляторов, распространенных в бытовой электронике в начале 1990-х гг., существовала проблема создания технологии эффективного хранения и выдачи альтернативной (возобновляемой) энергии, которая была бы конкурентной хранению и выделению энергии, получаемой из ископаемого топлива. И для решения этой проблемы были предприняты усилия таких миллиардеров-предпринимателей, как Билл Гейтс и Элон Маск, что часто было предметом оживленных спекулятивных рассуждений СМИ. Так сколько же нужно миллиардеров, чтобы переделать батарею?

Ответ — ни одного. Элли Уильямс, директор Агентства перспективных проектов по исследованию энергии (АППИ-Э, подразделение Министерства энергетики США), заявила, что ее агентство победило миллиардеров в решении этой проблемы. АППИ-Э, заявила она, достигло «заветных целей — Святых Граалей в батареях», что позволит «создать абсолютно новый подход в технологии изготовления батарей и сделать их коммерчески эффективными».

Похвалив достижения Маска, Уильямс подчеркнула серьезное различие между их подходами к решению проблемы. Маск занимался вопросами крупномасштабного производства батарей по «существующей, довольно эффективной технологии». АППИ-Э, в отличие от

этого подхода, сфокусировало внимание на новейших технологических инновациях: «создавая новые способы по производству». И оно уверено, что некоторые из их технологий «имеют потенциал быть значительно лучше существующих».

Для многих это событие покажется удивительным. Ведь частный сектор долгое время считался самым важным источником инноваций. Но такое представление не совсем правильно.

В действительности великие предприниматели часто опирались на плечи предпринимательского государства. Покойный основатель фирмы Apple и ее генеральный директор Стив Джобс был умным бизнесменом, но каждая технология, которая делает iPhone «умным», была разработана при государственном финансировании. Именно поэтому Гейтс заявил, что только государство в форме таких учреждений, как АППИ-Э, может возглавить прорыв в энергетике.

Конечно, управление работами по зеленой революции будет делом нелегким. Чтобы претупить, государственные учреждения должны будут преодолеть серьезные проблемы.

АППИ-Э, которое было создано в 2009 г. (основанное на модели хорошо зарекомендовавшего себя Управления перспективного планирования оборонных научно-исследовательских работ — DARPA), все еще находится в младенческом возрасте. Однако оно уже показало хорошие рабочие перспективы. Принимая во внимание обязательства по удвоению государственных инвестиций в исследования возобновляемой энергии, взятые на себя Обамой на конференции по изменению климата в Париже, АППИ-Э, видимо, получит желанное повышение государственного финансирования.

Но АППИ-Э все еще не имеет возможностей создавать и формировать новые рынки. Это серьезная проблема, потому что агентство работает в промышленности, которая все еще

находится на ранних стадиях развития. Деловой сектор не выйдет на рынок до тех пор, пока не будут сделаны наиболее рискованные и самые капиталоемкие инвестиции или пока не будут получены ясные и четкие политические команды. Именно поэтому правительства должны действовать решительно, выделяя необходимые инвестиции и обеспечивая подачу правильных команд.

Что особенно важно, правительства должны также установить гарантии, чтобы предпринимательское государство извлекло соответствующую долю вознаграждений за свои действия. В прошлом это могло осуществляться через рост налоговых поступлений. Но предельная ставка уже никогда не будет столь высокой, как в 1950-х гг., когда в США было основано NASA, выдающийся пример спонсируемых государством инноваций. В то время предельная ставка налога составляла 91%. Благодаря лоббированию венчурных капиталистов Силиконовой долины к концу 1970-х гг. налог на природу капитальной стоимости уменьшился на 50%.

Конечно, такие игроки частного сектора, как Гейтс и Маск, — серьезные партнеры в продвижении зеленой революции. Поскольку они принимают на себя большую роль в коммерциализации и внедрении технологии аккумуляторных батарей, они получают приличную долю вознаграждения. Но не должен ли был АППИ-Э (или его инвесторы — американские налогоплательщики) также получить вознаграждение за свои ранние и рискованные инвестиции?

В некоторых странах, например Израиле (программа Yozma) и Финляндии (фонд Sitra), правительство сохранило свою долю прибыли в профинансированных из бюджета инновациях. Это позволяет предпринимательскому государству продолжать вкладывать капитал, активизируя следующую волну инноваций. Почему страны Запада так сопротивляются этой разумной идее? ■

«Невозможная» нефть Арктики

«Република», Италия

Заработало самое северное месторождение нефти в Баренцевом море. Как сказал глава ENI Дескальци, «это было похоже на полет на Луну, но я бы больше не пошел на это».

«Есть причина называть эту нефть “грудной”». Чтобы найти ее, итальянские инженеры бурили в Баренцевом море разведочные скважины глубиной до 400 м. Но, если бы не был найден способ ее добычи, незачем знать, что под водами этого холодного моря скрывается более 180 млн баррелей нефти», — говорит Дескальци. Другие инженеры заказали на верфях Hyundai в Южной Корее самую большую цилиндрическую конструкцию в мире: 115 м в диаметре и 100 м в высоту. В апреле прошлого года начались работы по постановке этого «монстра» на якорную стоянку в нескольких шагах от Северного полюса. Ради обеспечения функционирования 22 подводных скважин Норвегия проложила свою энергетическую сеть до нефтяного резервуара, с которого танкеры смогут доставлять драгоценный груз на перерабатывающие предприятия в Северной Европе.

Месторождение Goliat может по праву называться «самым северным источником нефти в мире». «Если бы мне теперь предложили этот проект, я бы наверняка сказал “нет”, — говорит глава ENI Клаудио Дескальци, — но месторождение было открыто в 2000 г., и сегодня мы пользуемся плодами того, что сделали за эти годы. Производство будет доходным при цене 50 долл. за барр. и выше, оно гарантированно обеспечит в ближайшие годы добычу до 100 тыс. барр. в день». Эту нефть ENI будет делить с норвежской государственной компанией Statoil, так же как и расходы на реализацию проекта (почти 5,6 млрд долл.).

«Это все равно, что слетать на Луну, — говорит Дескальци. — Технологические вопросы имеют большее значение, чем сам полет. На деле в последние годы мы концентрируемся на более легких месторождениях в мире, которые можно начать разрабатывать через 1–2 года, но и в этих случаях находки, сделанные в рамках проекта Goliat, нам очень помогают».

Нефтяные компании и норвежское правительство называют проект Goliat зеленым, потому что, работая на электричестве, он не производит углекислый газ, а вода и газ, необходимые для добычи, возвращаются в подземные слои. Речь идет о системе с нулевым уровнем выбросов, которая будет обеспечивать потребности в энерго-сырье. Это еще одна цель, которая до сегодняшнего дня считалась невозможной. ■

Итальянские инженеры из компании ENI в сотрудничестве с норвежскими коллегами из Statoil запустили в работу самое северное месторождение нефти в Баренцевом море. Особенность проекта — нулевой уровень выбросов.

la Repubblica



Казахстан устал от ЕАЭС?

«ЮрэйшНэт», США

Сложности, которые переживает ЕАЭС, вызывают разочарование среди его членов, особенно Казахстана, который склоняется в сторону более широкой международной интеграции, не ограниченной одной Россией.

EURASIANET.org

Переживаемые Евразийским экономическим союзом (ЕАЭС) сложные времена вызывают разочарование среди его членов, особенно Казахстана. Россия тем временем не склонна прислушиваться к опасениям партнеров по ЕАЭС, вместо этого ввязываясь в очередные дипломатические передраги. В результате другие члены блока оказываются заложниками экономического и геополитического курса Кремля.

Экономика Казахстана в десять раз меньше российской, но более чем вдвое превышает экономики прочих членов ЕАЭС: Армении, Белоруссии и Киргизии — вместе взятых. Президент РК Нурсултан Назарбаев в последнее время кажется особенно недовольным среди лидеров блока.

В своем обращении к главам государств ЕАЭС Назарбаев выдвинул предложение о большей интеграции с продвигаемым Китаем «Экономическим поясом Шелкового пути», а также Евросоюзом, с которым у России сложные отношения.

«Евразийский экономический союз мы видим открытым экономическим сообществом, органично интегрированным в мировую экономическую систему как надежный мост между Европой и растущей Азией», — написал он, призвав сделать 2016-й «годом углубления экономических отношений союза с третьими странами и ключевыми интеграционными объединениями».

Его желание расширить сотрудничество объяснимо. Внешнеторговый оборот Казахстана в 2015 г. сократился на 37%, а со странами ЕАЭС — на 29%. С августа 2015 г. курс тенге обвалился наполовину по отношению к доллару.

Другие члены союза чувствуют себя не лучше. Торговый оборот внутри ЕАЭС упал на 26%, и государства блока в среднем потратили 10-15% государственных резервов на поддержание национальных валют, катящихся под гору под давлением низких цен на нефть и экономического кризиса в России.

«На протяжении прошедшего года сложно было найти какие-либо преимущества членства в ЕАЭС», — сказал Зак Уилтин, специалист по Евразии в вашингтонской консалтинговой фирме Eurasia Group.

«Членство в ЕАЭС усугубило ситуацию для других государств-членов, расширив их подвер-

женность событиям в России», — добавил он, заметив, что России «по большей части не удалось добиться сотрудничества Беларуси и Казахстана» в том, что касается введения ответных санкций в отношении Брюсселя.

Россия прохладно отнеслась к призывам Пекина создать зону свободной торговли в рамках Шанхайской организации сотрудничества (ШОС) и сопротивлялась созданию на базе ШОС банка развития, который бы в основном финансировался за счет китайского капитала.

Турция является крупным торговым партнером Казахстана и «некогда рассматривалась в качестве партнера ЕАЭС», но уничтожение турецкими военными российского бомбардировщика сделало всякое соглашение по этому поводу «невозможным по политическим причинам», сказал EurasiaNet.org Никита Мендкович, аналитик Российского совета по международным делам.

Недовольство Астаны не ускользает от внимания Кремля, знающего об амбициях Назарбаева касательно расширения за пределы так называемого русского мира.

На фоне подготовки Казахстана к вступлению в ВТО в ноябре прошлого года, российский аналитик Григорий Трофимчук написал разошедшуюся по проправительственным СМИ статью о том, что в результате Россия может «потерять Казахстан» в том числе по причине политической нестабильности по украинскому сценарию. Он заявил, что Казахстан из-за растущей неопределенности в связи с возрастом Назарбаева и нерешенностью вопроса о преемнике может пасть жертвой «чего-то, похожего на Евромайдан в Киеве», включая «отставку действующей власти силовым путем, с оружием в руках боевиками». Трофимчук считает, что для предотвращения подобного сценария и последующего разворота Астаны в сторону Запада «Россия должна обратить первоочередное внимание на усиление своих интеграционных взаимосвязей с Казахстаном» и прочими государствами ближнего зарубежья.

Но пока Казахстан больше интересует широкая международная интеграция, не ограниченная одной Россией. ■



Начало новой газовой эры?

«Нойе цюрхер цайтунг», Швейцария

Иногда исторические моменты подкрадываются бесшумно. Правда, на этот раз он пришел в виде огромного стального монстра. Речь идет об американском танкере Asia Vision, который в начале марта отправился с побережья штата Луизиана в Бразилию с первым американским экспортным сжиженным газом на борту. Многие видят в этом начало новой эры. Этот шаг вполне может ускорить происходящие тектонические изменения на рынке газа и даже привести к изменению ценовой политики российского газового гиганта «Газпрома».

Тем не менее руководитель по торговле сжиженным газом компании Vitol Дэвид Томас считает, что американские поставки сжиженного газа вышли на рынок довольно поздно. По его словам, если еще два года тому назад рынок сжиженного газа был довольно скуден, то через некоторое время он рискует перенасытиться. И потому то, что хорошо для потребителя, может быть плохо для инвестора. В результате американским производителям придется искать привлекательные рынки, которые он может найти в Европе. Поэтому на рынке, подчеркивает издание, возникает вопрос, как на все это отреагирует «Газпром», для которого Европа продолжает оставаться главным рынком сбыта. Многие уже начинают зловеще поговаривать о начинающейся ценовой войне за доли на рынке.

Пока что в «Газпроме» об этом не хотят даже слышать, ведь у концерна и так немало проблем из-за слабого спроса в Европе и «политического встречного ветра», а именно — планов Еврокомиссии перейти на импорт сжиженного газа ради снижения зависимости от РФ. Евросоюз

обладает возможностью принимать такой газ в больших количествах, хотя терминалы для его приемки зачастую оказываются не в тех местах, где надо. Так, в Юго-Восточной и Центральной Европе — за исключением Литвы и Польши — подобные терминалы являются редкостью.

Тем не менее для российского концерна ценовая война могла бы окупиться: как и у Саудовской Аравии, у России имеется переизбыток производственных мощностей и крайне низкая стоимость сырья. По словам эксперта Джеймса Хендерсона из Oxford Institute for Energy Studies, «Газпром» может перебить цену американского сжиженного газа, причем реализовать подобный шаг будет относительно легко, поскольку российская цена на газ для Европы привязана к цене на нефть, а та в последнее время снизилась». В результате потери были бы не столь большими. Тем не менее ценовая война была бы целесообразна лишь при низкой цене на нефть.

При этом в этой ценовой войне у «Газпрома» будут две цели: первая краткосрочная цель подразумевает недопущение появления американских поставок в Европе, а вторая долгосрочная — не допустить вливания инвестиций в новые проекты сжиженного газа. Для того чтобы этого добиться, «Газпрому» придется отказаться от своей нынешней политики заключения долгосрочных договоров и продавать больше газа через спот-рынок, чтобы ставить цену, которая была бы ниже пограничной для американских производителей. ■

Первый американский танкер с сжиженным газом, предназначенным для экспорта, отправился в Бразилию. Многие эксперты считают, что выход США на мировой рынок газа знаменует начало новой эры в торговле этим товаром.

Neue Zürcher Zeitung

Из сверхдержавы в аутсайдера

«Файнэншл таймс», Великобритания

Ключевой движущей силой подъема TИСК стало развитие технологических компаний — сектора, в котором, в отличие от Бразилии и России, эти страны достигли значительных успехов. Акции технологических компаний составляют 36% ценных бумаг фондового рынка Тайваня. У России этот показатель чуть превышает 4%.



Ранее в этом году автор одной из статей FT написал, что страны BRIC уже вышли из игры, а их место заняли страны TИСК. Его аргумент заключался в том, что резкое падение цен на сырье нанесло мощный удар по экономикам Бразилии и России, которые вместе с Китаем и Индией входили в BRIC. В результате инвесторы начали вкладываться в акции группы стран TИСК, включающей в себя Тайвань и Южную Корею, а также Китай и Индию, чьи пути разошлись с путями Бразилии и России.

Ключевой движущей силой подъема TИСК стало стремительное развитие технологических компаний этих стран — сектора, в отличие от Бразилии и России, все страны достигли значительных успехов.

Акции технологических компаний составляют 35,9% ценных бумаг фондового рынка Тайваня, 14,1% индийского рынка и 9% рынка Южной Кореи. 11,6% ценных бумаг на фондовой бирже Гонконга — это акции технологических компаний. Более того, многие из крупнейших технологических компаний Китая: Alibaba, Baidu и Netease — включены в реестр Нью-Йоркской фондовой биржи и в индекс MSCI Emerging Markets.

Между тем, акции технологических компаний составляют всего 4,1% ценных бумаг российской фондовой биржи. Стоит признать, что это далеко не самый низкий уровень: по этому показателю Россия обгоняет Евросоюз, Канаду, Австралию и бедную старую Бразилию, где процент акций технологических компаний составляет всего 0,3%.

Однако тем, кто достиг зрелости в период холодной войны, когда СССР и США были двумя технологическими сверхдержавами, безоговорочно господствовавшими на планете, все это кажется довольно странным.

СССР стал первой страной, запустившей в космос искусственный спутник Земли и отправившей туда человека. Российские ракеты до сих пор остаются единственным транспортом, способным доставить астронавтов — даже западных — на Международную космическую станцию.

Достижения советских ученых в области физики и математики давали стране возможность успешно соперничать с США в области военных технологий и, в частности, в ядерной сфере.

Поэтому сейчас может показаться странным, что по числу технологических компаний Россия отстает от таких стран, как Китай и Индия. «Что же пошло не так?» — удивлялся один источник, хорошо разбирающийся в российской промышленности.

Как оказалось, консенсуса в вопросах о том, что именно пошло не так, и что Москве нужно сейчас сделать, чтобы более эффективно использовать свое впечатляющее научное наследие, до сих пор нет. С точки зрения Дэвида Лубина, главы департамента по стратегическим исследованиям государств с развивающейся экономикой в Citi, ответы на эти вопросы отчасти заключаются в ограниченной свободе волеизъявления в России.

«Никто в России по-настоящему не верит в свою способность достичь успеха. Я думаю, что причины этого кроются в политической системе и политической культуре. Нужно разрешить проявления недовольства и несогласия, а также профессионального самовыражения, чтобы получить инновации, на которые опираются технологии», — объяснил он.

Стоит отметить, что такие страны, как Китай, тоже нельзя назвать образцами государств, поощряющих свободу мысли и самовыражения.

Между тем Чарльз Робертсон, главный экономист инвестиционной компании «Ренессанс Капитал», считает, что Россия достигла несколько больших успехов в сфере технологий, чем может показаться на первый взгляд. Он приводит в пример компанию «Яндекс», российский ответ Google, и Mail.Ru. С его точки зрения, даже крупнейшую в стране сеть продуктовых магазинов «Магнит» можно рассматривать как технологическую компанию. «Суть розничной торговли состоит в оптимизации и управлении процессом оптимизации. «Магнит» самостоятельно разработал схемы этих процессов. Это очень сложная структура, похожая на Amazon», — отметил г-н Робертсон.

Константин Стырин, профессор экономики Российской экономической школы в Москве, считает, что главное препятствие — это «низкое качество институтов», таких как диктатура закона, защита прав собственности и независимая судебная система. Хотя эти недостатки часто подрывают активную деятельность во всех сферах, технологический сектор, с его точки зрения, особенно чувствителен к качеству этих институтов из-за присущего ему относительно высокого уровня риска.

Эдвард Кроули, профессор авиационной, аэрокосмической и инженерных систем Массачусетского технологического института и сооснователь Сколковского института науки и технологий, считает, что корень проблем — в распаде коммунистической системы. В то время как в США до сих пор работает обширная сеть националь-

ных лабораторий и научно-исследовательских центров, многие из их российских эквивалентов «полностью исчезли», когда Советский Союз распался в 1991 г.

По мнению профессора Кроули, несмотря на проблемы в России, эта страна все же добила определенного успеха в развитии технологических компаний в секторах с «низкой капитализацией», приведя в пример «Яндекс» и «Лабораторию Касперского».

России также удалось сохранить свое превосходство в ряде таких стратегических отраслей, как авиационная, ядерная энергетика и космические технологии.

Дэвид Нэнгл, управляющий директор шведской инвестиционной компании Vostok Emerging Finance, считает, что проблемы России не ограничиваются сложностями в коммерциализации технологий. «Даже если отвлечься от технологий, Россия мало экспортирует. Российских глобальных брендов очень мало. Она экспортирует скорее людей, чем бренды и технологии», — сказал Нэнгл, который прожил в России шесть лет. Он указал на то, что значительное число руководящих должностей в компаниях Кремниевой долины и технических компаниях Израиля занимают выходцы из Советского Союза, такие как сооснователь PayPal Макс Левчин.

По его мнению, проблема заключается в том, что в России нет «благоприятной среды», которая есть в Кремниевой долине и которая включает в себя «простоту ведения бизнеса, отсутствие страха перед неудачей и веру в то, что все возможно». Кроме того, в Кремниевой долине всегда присутствует изобилие капитала, тогда как российские технологические компании лишены этого преимущества. «Очень трудно убедить международных инвесторов поддержать молодые российские компании, тогда как в других странах они готовы вкладывать миллиарды», — добавил он.

«Многие глобальные инвестиционные компании готовы работать на других развивающихся рынках, но не в России. На прошлой неделе я ездил в Пакистан и видел, что международные инвесторы постепенно начинают вкладывать деньги туда», — рассказал г-н Нэнгл, чья собственная фирма намеревается выступить против этой тенденции, вложив средства в TCS Group Holding, онлайн-провайдера розничных финансовых услуг, в состав которого входит Гинькофф Банк, и в молодую компанию Revu. «В целом я считаю, что Россия упустила массу возможностей. Россия могла идти наравне с США в создании и развитии своей Кремниевой долины. Системы образования Азии сокрушат весь мир, не говоря уже о России», — добавил он, предсказывая господство Азии в технологической сфере. ■

Италия бросает вызов Северной Европе

«Стампа», Италия

Италия из Адриатики бросает вызов Пирею, Стамбулу и гигантам Северной Европы: Роттердаму и Антверпену. Она намеревается стать крупным хабом для коммерческих обменов между Европой и Китаем, создав сеть, в которую войдут Венеция, Триест и Равенна. Диалог и сотрудничество с Китаем становятся все более активными: в прошлом году Италия стала вторым по объему китайских инвестиций (8 млрд евро) государством в Европе после Великобритании. Китайская сторона обратилась к Италии с предложением о реализации проектов, которые могли бы претворить в жизнь самый амбициозный план экономической дипломатии за последние десятилетия под общим названием «Шелковый путь XXI века».

Центром этого проекта, по мнению итальянской стороны, могла бы стать Венеция. Идея, разработанная North Adriatic Port Association (Napa), предполагает создание портовой наземной и оффшорной системы, в том числе большой многоцелевой платформы в районе порта Маламокко (Венеция). Эта структура должна быть построена в 8 милях от побережья, где глубина составляет не менее 20 метров. На суше должны быть сооружены пять терминалов: три в Италии (Маргера, Равенна и Триест), один в Словении (Копер) и один в Хорватии (Риека).

Эти пять портов системы будут обслуживать суда Mama Vessels низкой осадки, способные работать с большими китайскими контейнеровозами. Новая система портов позволит осуществлять более быструю доставку грузов между Дальним Востоком и центром Европы. Маршрут Шанхай — Северная Адриатика на 2 тыс. км короче, чем маршрут Шанхай — Гамбург. Для реализации проекта требуется 2,2 млрд евро. По словам президента порта Венеция Паоло Коста, итальянский проект вызвал интерес у китайских портовых властей Шанхая и Нонбо, у строительной компании CCCG Group и у одного из четырех крупнейших банков Китая ICBC China. Проектом также заинтересовался австралийский финансовый колосс Macquarie, готово инвестировать и само китайское правительство. ■

Из Адриатики начнется новый Шелковый путь. Италия стала вторым по величине китайских инвестиций государством Европы, и она готова стать крупным перекрестком для коммерческих обменов между Китаем и Европой.

LA STAMPA



Три сценария для китайской экономики

«Эпох таймс», США

Инвестиционный пузырь Китая может лопнуть с плохими последствиями для КНР и остального мира. Эксперты считают, что у страны в запасе осталось не так много времени, чтобы предпринять верные шаги и предотвратить катастрофу.

The Epoch Times

Замедление китайской экономики и снижение цен на сырье сыграло на руку западным потребителям.

Крупные добывающие компании, например англо-американская PLC, и торговцы потребительскими товарами вроде Glencore PLC страдают, а западные потребители наслаждаются понизившимися ценами, особенно на бензин. Больше всего денег расходуют жители ЕС. Расходы американцев остаются стабильными, потому что значительная часть их сбережений привязана к фондовому рынку, объясняет Диана Чойлева, главный экономист Lombard Street Research.

То же самое верно для Китая. Заберите деньги у производителей и положите их в карман китайских потребителей. Девальвация юаня способствовала бы этому процессу, говорит Чойлева.

«Открытый счет накоплений и ослабшая валюта приведут к повышению внутренней процентной ставки. Это именно то, что нужно Китаю для повышения потребления», - говорит она.

Что касается повышения цен на импорт из-за ослабшей валюты, то китайским потребителям в этом смысле нечего волноваться, потому что Китай импортирует сырье, а не потребительские товары, считает Чойлева.

Однако похоже, что центробанки других стран не позволят Китаю воплотить эту стратегию. «Для Китая было бы лучше отпустить свою валюту. Но это все равно, что развернуть красную тряпку перед быком. Неважно, кто выступает в роли быка: Япония или Америка», — говорит экономист.

Банк Японии недавно подтвердил свою категоричную позицию по кредитно-денежной либерализации и даже потребовал от Китая ужесточить контроль над капиталом, чтобы сдержать отток

капитала из страны и предотвратить обесценивание юаня.

Что касается общего восстановления экономики Китая, то тут Эван Лоренц из Grant's Interest Rate Observer настроен пессимистично: «Похоже, что инвестиционный пузырь Китая начал лопаться с плохими последствиями для Китая и остального мира». По его словам, у Китая огромная проблема с долгами (долги составляют 240% от ВВП). Эту проблему невозможно решить без резкого замедления роста экономики. По плану китайских властей, рост экономики должен составлять 6,5–7%, но Лоренц считает, что это недостижимая цель. «Я не знаю, составит ли рост 0%, 1%, 2% или даже -1%, но я ожидаю замедление роста», — говорит он. Реальная проблема в том, что Китай захочет создать новый пузырь для борьбы с замедлением экономики.

«В прошлом Китай пытался преодолеть эти проблемы усилением кредитования. Это произошло во время смены власти в 2012 г., когда главой Китая стал Си Цзиньпин», - отметил Лоренц. Похоже, что в 2016 г. Китай опять прибегает к этой политике. На конец февраля погашение долгов за счет займов составило 1 трлн долл. Это новый рекорд.

Это плохо кончится, считает Чойлева: «У Китая нет в запасе десяти лет на раздувание пузыря и пинание банок по дороге. Учитывая теперешнее соотношение долгов и ВВП, у Китая осталось 1–2 года на неправильные действия, прежде чем пузыри лопнут. Положительный момент в том, что у страны еще остались фонды, чтобы изменить ситуацию, если сейчас предпринять правильные действия».

Вопрос в том, будут ли эти действия предприняты. ■

Американская экономика сильнее, чем кажется?

«Вашингтон пост», США

Действительно ли американская экономика сильнее, чем мы думаем? Возможно. Мощный контраст между ростом занятости в стране (который оказался неожиданно динамичным) и ростом выпуска продукции (который оказался неожиданно слабым) стал неразрешимой загадкой. Как испытывающая затруднения экономика может создавать столько рабочих мест? Но загадка разрешится сама собой, если понять, что объем выпускаемой продукции в экономике постоянно недооценивается.

Именно так и обстоят дела, утверждают критики. В государственной статистике отсутствуют многие доходы от интернета, заявляют они. Дело в том, что некоторые бесплатные сервисы, такие как Facebook, Google и Twitter, не учитываются в ВВП. Но это противоречит здравому смыслу, если принимать во внимание, какое огромное распространение получили данные сервисы. (У Facebook в мире 1,6 млрд подписчиков, а у Twitter — 320 млн.) Другие экономисты отрицают, что есть недооценка.

Это важные дебаты. Стремительный рост занятости и медленный рост экономики обуславливают низкую производительность труда. Действительно, рост производительности пошел на спад. С 1995 по 2004 г. он составлял в среднем 3,25% в год, а сейчас — 1,5%. Если бы темпы 1995–2004 г. сохранились, ВВП в 2015 г. был бы на 3 трлн долл. больше. Это шестая часть сегодняшнего ВВП (18 трлн долл.).

Итак, куда делись 3 трлн долл.? Может, они есть, но их не заметили? Авторы нового исследования отвергают аргументы о недооценке. «Мы не находим доказательств ошибок в измерениях», — пишут в отчете для Института Брукингса экономисты Дэвид Бирн из ФРС и Маршалл Рейнсдорф из МВФ.

Для ВВП важен конечный продукт, который покупают потребители и компании. Например, сталь, которая используется для изготовления автомашин. Непосредственно в ВВП ее не учитывают, потому что конечный продукт — это автомобиль. Если считать сталь, которую называют промежуточным товаром, то счет будет двойным.

Но как это влияет на интернет?

Некоторые сервисы в интернете (например, загрузка музыки с оплатой) являются традиционным потребительским товаром, который так и учитывается. Соответственно, некоторые

интернет-сервисы для других областей бизнеса являются промежуточными продуктами. Если Google дает возможность автопроизводителям работать эффективнее, это положительно скажется на производительности труда в автомобилестроении.

В основном споры ведутся о тех услугах (примеры: электронная почта и Facebook), которые на первый взгляд являются бесплатными для потребителя. Эти бесплатные сервисы очень сильно недооценены в показателях ВВП, говорят критики. В новом исследовании есть три главных довода по этому поводу.

Во-первых, во многом деятельность в интернете — это частное «надомное производство» сродни ведению домашнего хозяйства, приготовлению еды и игре в футбол с детьми. Это может быть важным и даже приятным, но это не является частью экономики, где товары и услуги продают и покупают за деньги. Именно это стремится измерить ВВП. Следовательно, те преимущества и выгоды, которые дает интернет, пусть и важны, но из ВВП их неизменно исключают.

Во-вторых, хотя интернет-сервисы не прибавляются напрямую к ВВП, они учитываются опосредованно. Во многом интернет живет за счет платной рекламы, а следовательно, эти интернет-сервисы оцениваются по стоимости такой рекламы. Такая же логика действует в отношении так называемого бесплатного телевидения — эфирного вещания. Стоимость всех рекламных объявлений включается в цены конечной продукции.

В-третьих, авторы исследования признают, что цифровая экономика плохо поддается учету и измерениям, однако считают, что спад производительности наверняка вызван чем-то другим.

Может быть, стоит пересмотреть определение и составные части ВВП, чтобы он отражал повседневное пользование интернетом? Правда, это чревато сложными техническими проблемами. Как, например, давать стоимостную оценку бесплатным сервисам, если не по рекламе? Но экономисты в своем исследовании отвечали на другой вопрос. Не создал ли интернет теневую экономику, которая все реже и хуже оценивается в официальных цифрах? Их вывод однозначен: не создал.

Но надо честно ответить на вопрос, в чем причина спада: мы не знаем. ■

В показателях ВВП не учитывается огромный пласт услуг и сервисов, созданных в интернете. Из-за этого, считают некоторые экономисты, ВВП США занижен на 3 трлн долл. Другие возражают, что ошибки в статистике нет.

The Washington Post

НАСЛАДИТЕСЬ И ВЫ ЛЕЧЕБНЫМИ ДАРАМИ **КАРЛОВАРСКОЙ** ПРИРОДЫ!



**ВОСПОЛЬЗУЙТЕСЬ ЗНАМЕНИТЫМ КОМПЛЕКСНЫМ КАРЛОВАРСКИМ ЛЕЧЕНИЕМ, КОТОРОЕ
ВЕКАМИ ПОМОГАЕТ ПОДДЕРЖИВАТЬ ЗДОРОВЬЕ ЛЮДЯМ СО ВСЕГО МИРА.**

- Комплексное курортное лечение «Premium» (курс лечения от 12 ночей)
- Комплексное курортное лечение «FIRST MOMENT» (курс лечения от 12 ночей)
- Комплексное курортное лечение «LONG STAY» (курс лечения от 18 ночей)
- Курортное лечение «Виталь» & Программа «Active» (курс лечения от 7 ночей)
- Программа «Detox» & Программа «Antistress» (курс лечения от 5 ночей)
- Велнес программы (продолжительность проживания 2-4 ночи)



HOTEL IMPERIAL
Spa & Health Club

Hotel Imperial**Superior**

Libušina 1212/18, 360 01 Karlovy Vary, Czech Republic
e-mail: reservation@spa-hotel-imperial.cz • tel.: +420 353 203 113
www.spa-hotel-imperial.cz



SPA RESORT SANSSOUCI
— GARDENS OF HEALTH —

Spa Resort Sanssouci****

U Imperiálu 198/11, 360 01 Karlovy Vary, Czech Republic
e-mail: reservation@spa-resort-sanssouci.cz • tel.: +420 353 207 113
www.spa-resort-sanssouci.cz



МВЦ «Крокус Экспо», 2016 г.

МАЙ

19–21 мая, пав. 1, залы 3, 4
Международная выставка вертолетной индустрии HELIRUSSIA–2016
Организатор: «Русские Вертолетные Системы»

19–22 мая, пав. 3, зал 15
Международная выставка активного отдыха и приключенческого туризма «ОТКРОЙ СВОЮ РОССИЮ»
Организатор: «РЭД ГРУПП»

20–22 мая, пав. 3, зал 15
8-я международная выставка «МОСКОВСКОЕ ТЮНИНГ-ШОУ»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

24–26 мая, пав. 1, зал 2
8-й Всероссийский научно-образовательный форум с международным участием «МЕДИЦИНСКАЯ ДИАГНОСТИКА»
Организатор: «МЕДИ Экспо»

23 мая–27 мая, пав. 2, залы 5, 6, 7, 8, открытые площадки
4-й финал Национального чемпионата «МОЛОДЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЫ» (WORLDSKILLS RUSSIA)
Организатор: РКЦ WSR MO

31 мая–4 июня, пав. 1, 3, залы 1, 2, 12, 13, 14, 15, открытые площадки
17-я международная выставка «СТРОИТЕЛЬНАЯ ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ / СТТ»
Международная выставка комплексных решений в транспорте и логистике INTERLOGISTKA
Организатор: «Медиа Глоб»

ИЮНЬ

14–17 июня, пав. 1, залы 1, 2, 3, 4
21-я международная выставка упаковочной индустрии ROSUPACK
Организатор: МВК

15–17 июня, пав. 2, зал 6
11-я международная выставка дизайна и проектирования изделий, производства и эксплуатации форм, пресс-форм, штампов, 3D-оборудования и технологий «ROSMOULD / ФОРМЫ. ПРЕСС-ФОРМЫ. ШТАМПЫ»
7-я международная специализированная выставка сырья, оборудования и технологий для производства изделий из пластмасс «РОСПЛАСТ. ПЛАСТМАССЫ. ОБОРУДОВАНИЕ. ИЗДЕЛИЯ»
Организатор: ЭМГ

23–26 июня, пав. 3, залы 13, 14, 15
Всемирная выставка и чемпионат собак WORLD DOG SHOW–2016
Организатор: Российская кинологическая федерация

АВГУСТ

24 августа–4 сентября, пав. 1, 2, 3
МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ АВТОМОБИЛЬНЫЙ САЛОН–2016
Организаторы: МВЦ «Крокус Экспо», НП «Объединение автопроизводителей России»

25–28 августа, пав. 1, залы 1, 2, 3,
12-я международная выставка автомобильной индустрии «ИНТЕРАВТО»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

СЕНТЯБРЬ

6–8 сентября, пав. 1., зал 4
30-я международная выставка промоиндустрии: промосувениров, бизнес-подарков, товаров и услуг для продвижения и мерчандайзинга «IPSA ОСЕНЬ»
Организатор: Reed Exhibitions

13–15 сентября, пав. 2, залы 6, 7, 8
2-я международная специализированная выставка «ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

13–15 сентября, пав. 1, залы 3, 4
Международная выставка цветов, растений, техники и технологий для цветоводства и ландшафтного дизайна «ЦВЕТЫ ЭКСПО–2016»
Организатор: «ГринЭкспо»

13–15 сентября, пав. 2, залы 10, 11

Международная специализированная выставка хозяйственных товаров, посуды и товаров для дома HOUSEHOLD EXPO–2016
Специализированная выставка подарков, сувениров и новогодней продукции CHRISTMAS BOX. PODARKI–2016
Организатор: «МОККА Экспо Групп»

13–15 сентября, пав. 2, зал 9
Международная специализированная выставка товаров для дома премиум-класса STYLISH HOME. OBJECTS & TABLEWARE–2016
Организатор: InterDeco Expo

13–16 сентября, пав. 3, зал 15
19-я МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ОПТИЧЕСКАЯ ВЫСТАВКА (MIOF)
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

13–16 сентября, пав. 3, залы 17, 18
Международная специализированная выставка обуви, сумок и аксессуаров «МОСШУЗ–2016»
Международная выставка сумок и модных аксессуаров MOSPEL–2016
Организатор: «МосШуз»

20–22 сентября, пав. 3, зал 13
7-я международная выставка складской техники и систем, подъемно-транспортного оборудования и средств автоматизации склада CeMAT Russia
Организатор: «Дойче Мессе РУС», ITE

20–23 сентября, пав. 1, залы 3, 4
Международная выставка домашнего текстиля и тканей для оформления интерьера HEIMTEXTIL RUSSIA–2016
Организатор: «Мессе Франкфурт РУС»

26–29 сентября, пав. 2, залы 7, 8
Московский международный стоматологический форум и выставка «ДЕНТАЛ-ЭКСПО–2016»
Организатор: ДЕ-5

27–30 сентября, пав. 3, зал 20
18-й Всероссийский научный форум «МАТЬ И ДИТЯ»
Организатор: «МЕДИ Экспо»

29 сентября–2 октября, пав. 1, залы 1, 2, 3, 4
Международная выставка интерактивных увлечений «ИГРОМИР–2016»
Международный фестиваль поп-культуры COMIC CON RUSSIA–2016
Организатор: Конференция разработчиков компьютерных игр (КРИ)

ОКТАБРЬ

4–7 октября, пав. 3, залы 13, 14
Международная специализированная выставка сельскохозяйственной техники «АГРОСАЛОН–2016»
Организатор: Агентство развития «Союзагромаш»

10–13 октября, пав. 1, залы 3, 4
7-я международная специализированная выставка-форум «ДОРОГАЭКСПО»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

11–14 октября, пав. 1, зал 2
Международная специализированная выставка «СТАНКОСТРОЕНИЕ–2016»
Специализированная выставка «АДДИТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ. 3D-ОБОРУДОВАНИЕ»
Специализированная выставка «СОЖ ЭКСПО»
Организатор: «Райт Солюшн»

12–15 октября, пав. 3, зал 12
Международная выставка предметов интерьера, декора и подарков HOME Moscow–2016
Организатор: ITE

12–15 октября, пав. 2, залы 5, 6, 7, 8
Международная специализированная выставка I SALON! WORLDWIDE MOSCOW–2016
Организатор: Federlegno Arredo Eventi spa

17–20 октября, пав. 3, залы 13, 14, 15
Международная специализированная выставка PIR EXPO. RUSSIAN HOSPITALITY WEEK–2016
Организатор: «ПИР Экспо»

Календарь выставок

**25–27 октября,
пав. 2, зал 5**

11-я международная выставка-дегустиация «Карта вин»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

**25–27 октября,
пав. 1, залы 1, 2**

13-я международная выставка компонентов и систем силовой электроники «СИЛОВАЯ ЭЛЕКТРОНИКА»
14-я международная выставка технологий, оборудования и материалов для обработки поверхности и нанесения покрытий EXPOCOATING MOSCOW
16-я международная выставка оборудования для неразрушающего контроля и технической диагностики NDT RUSSIA
Организатор: «Примэкспо», ITE

**25–27 октября,
пав. 1, зал 2**

13-я международная выставка испытательного и контрольно-измерительного оборудования TESTING & CONTROL
Организатор: ITE

**25–27 октября,
пав. 1, залы 3, 4**

19-я международная выставка оборудования для обработки металлического профиля, труб, листа и производства металлоизделий MASHEX MOSCOW
15-я международная выставка PCVExpo «Насосы. Компрессоры. Арматура. Приводы и двигатели»
Международная выставка промышленного котельного, теплообменного оборудования и автономных систем энергоснабжения HEAT&POWER–2016
Организатор: MBK

**25–27 октября,
пав. 2, зал 8**

Международный автобусный салон
BUSWORLD RUSSIA POWERED BY AUTOTRANS–2016
Организатор: ITEMP Expo

**26–29 октября,
пав. 3, залы 13, 14, 17**

23-я международная выставка парфюмерии и косметики InterCHARM
Организатор: Reed Exhibitions

**27–30 октября,
пав. 2, зал 7**

21-я международная выставка «ОХОТА. РЫБАЛКА. ОСЕНЬ»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

**27–30 октября,
пав. 3, зал 15**

Международная архитектурно-строительная и интерьерная выставка «КРАСИВЫЕ ДОМА. РОССИЙСКИЙ АРХИТЕКТУРНЫЙ САЛОН–2016»
Международная выставка интерьеров и декора «САЛОН ИНТЕРЬЕРОВ–2016»
Специализированная архитектурно-строительная выставка «КРАСИВЫЕ ДЕРЕВЯННЫЕ ДОМА–2016»
Организатор: World Expo Group

НОЯБРЬ

**3–4 ноября,
пав. 3, зал 20**

Международная конференция «ТРАВМА–2016»
Организатор: «Ивентариум»

**5–6 ноября,
пав. 3, залы 14, 15**

Интернациональная выставка собак «РОССИЯ–2016»
Организатор: Российская Кинологическая Федерация

**9–11 ноября,
пав. 1, зал 3**

18-я международная выставка оборудования и материалов для профессиональной уборки, санитарии, гигиены, химической чистки и стирки CLEANEXPO MOSCOW
Организатор: «Примэкспо», ITE

**22–25 ноября,
пав. 2, залы 7, 8**

18-я международная выставка «PHARMTech & INGREDIENTS – ОБОРУДОВАНИЕ, СЫРЬЕ И ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДСТВА»
Организатор: ITE

ДЕКАБРЬ

**3–4 декабря,
пав. 3, зал 15**

Международная выставка кошек «ГРАН-ПРИ ROYAL CANIN–2016»
Организатор: «Экспо-Арт»

В программе выставок возможны изменения и дополнения.

(495) 727-26-12, (495) 223-42-08
www.buildexpo.ru

 **BUILDEXPO**

Генеральный застройщик МВЦ «Крокус Экспо»

**Дизайн и строительство
выставочных экспозиций,
стендов и торговых площадей**

0+

- Agent Provocateur
- Alberto Guardiani
- Artioli
- Blumarine
- Brunello Cucinelli
- Casadei
- Chanel
- Corneliani
- DeNoVo
- Emilio Pucci
- Escada
- Jimmy Choo
- John Varvatos
- Kenzo
- Kilian
- La Perla
- Marina Rinaldi
- Max Mara
- Missoni
- Miu Miu
- NOBU
- Prada
- Revezzolo
- Rivoli
- Roberto Cavalli
- Santoni
- Sergio Rossi
- TOD'S
- Tony Ward
- U-Boat
- Villeroy&Boch



Реклама

КРОКУС СИТИ МОЛЛ

ШОПИНГ КАК ИСКУССТВО

Крокус Сити
WWW.CROCUSCITYMALL.RU

CROCUS CITY HALL

08/06/2016 МОСКВА

IL VOLO



RUSSIAN TOUR
ТУР ПО РОССИИ
2016

0+

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	7 ИЮНЯ	10 ИЮНЯ	КАЗАНЬ
МОСКВА	8 ИЮНЯ	12 ИЮНЯ	КРАСНОДАР

Получить справочную информацию, забронировать и оформить доставку билетов курьером вы можете по телефону call-центра: +7 (499) 55 000 55 | Режим работы call-центра: ежедневно: с 9:00 до 21:00
www.crocus-hall.ru

WHAT'S ON
2016