

№4 (47) 2010

# Бизнес и Выставки

Выигрышные  
очки

Отдых  
на любой вкус

## АВТОСАЛОН 2010







ЕДИНСТВЕННЫЙ В МИРЕ  
ПЕРВЫЙ В РОССИИ  
**НОВЫЙ ФОРМАТ**  
**ШОПИНГА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ**  
МКАД X КАШИРСКОЕ Ш.

Однажды  
Вы попадете  
в Вегас

Crocus Group представляет уникальный проект Vegas — совершенно новый, инновационный подход в мире шопинга. Отныне со скучным шопингом покончено навсегда. Теперь шопинг превратится в незабываемое путешествие в неповторимой атмосфере.

Узнай больше на [www.vegas-city.ru](http://www.vegas-city.ru)  
+7 (495) 727-12-77



# Наступает



## WorldWide

Идеи для создания интерьера.  
Сделано в Италии

### Выставка итальянской мебели

6-9 октября 2010 года

Крокус Экспо-2, 65-66 км. МКАД, Красногорск

[www.isaloniworldwide.ru](http://www.isaloniworldwide.ru)

тел. 8-800-250-57-47

COSMIT



ITALIA   
Istituto nazionale per il Commercio Estero

Реклама

# Бизнес и Выставки

№ 4 (47) 2010

Издатель  
Арас АГАЛАРОВ

Главный редактор  
Борис ФАНТАЕВ

Заместитель главного редактора  
Ирина СКИБИНСКАЯ

Редактор  
Надежда КАЛМЫЧКОВА

Отдел рекламы  
Тел.: (495) 223-4215

Фото: Б.Павлов, А.Толкачева, И.Муравьева,  
PhotoDisk, Corel

Адрес редакции:  
143400, Московская область,  
г. Красногорск-4,  
МВЦ «Крокус Экспо»  
Тел./факс: (495) 727-2676  
Интернет: <http://www.crocus-expo.ru>  
<http://www.biz-expo.ru>  
Эл. почта: [journalbv@crocus-off.ru](mailto:journalbv@crocus-off.ru)

Учредитель  
ЗАО «Крокус Интернэшнл»  
Адрес: 143400, Московская обл.,  
г. Красногорск-4,  
ТВК «Крокус Сити»

Дизайн-проект и верстка:  
Арт Юнит Принт

Подписка в редакции журнала  
тел. (495) 223-4215  
Подписной индекс в каталоге  
«Роспечать» 91306

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.

Отпечатано в России.  
Тираж 20 000 экз. Цена свободная.

От издателя . . . . . 4

Крокус: день за днем . . . . . 5

## Главная тема

В компании патриархов . . . . . 6

Автокомпоненты удачного бизнеса . . . . . 8

Деловая программа Автосалона . . . . . 10

Признаки восстановления – налицо . . . . . 12

Наш клиент защищен на дороге . . . . . 15

Великолепная десятка . . . . . 18

С китайским размахом . . . . . 22

Поедем в трамвае  
или возьмем «таксо»? . . . . . 26

Наступить на пробку . . . . . 28

В паутине большого города . . . . . 32

## История успеха

Империя, которую построил Хонда . . . . . 36

## Выставки и рынки

Выставки, конгрессы, форумы . . . . . 40

Отдых на любой вкус . . . . . 42

Поедем на воды! . . . . . 44

Профессия – делать подарки . . . . . 46





От кнопки до принтера . . . . .	48
Удочку – в руки, ружье – за плечо . . . . .	50
Великий Новгород ждёт каллиграфов . . . . .	52
Выигрышные очки . . . . .	54

**Выставочные и конгрессные центры**

Майами: центр, выросший из болот . . . . .	56
--	----

**Выставочные технологии**

Когда картинка весомее слов . . . . .	61
---------------------------------------	----

**Дискуссионный клуб**

Третьим будешь? . . . . .	62
---------------------------	----

<b>Дайджест</b> . . . . .	66
---------------------------	----

<b>Рынки и цены</b> . . . . .	76
-------------------------------	----

**Календарь выставок**

Автомобили . . . . .	11
Транспорт и логистика . . . . .	35
Туризм . . . . .	43
«Крокус Экспо». . . . .	77

<b>План-схема Автосалона</b> . . . . .	78
--	----



# СРС

## ОТ ИЗДАТЕЛЯ



Итоги первой половины выставочного сезона внушают определенный оптимизм. После неутешительных результатов 2009 г., когда все выставочные операторы столкнулись с заметным сокращением экспозиций (компании-экспоненты в трудные времена склонны экономить прежде всего на маркетинговых расходах), в первом полугодии 2010 г. появились некоторые обнадеживающие признаки. А главное – можно с определенностью сказать, что самые пессимистические прогнозы не оправдались.

Формально по некоторым выставкам продолжается снижение площадей, но это связано, по-видимому, с предварительным формированием мероприятий в конце 2009 – начале 2010 г., т.е. еще в разгар кризиса. Однако реальная площадь прошедших в первом полугодии выставок во многих случаях была заметно больше, чем предполагали организаторы, когда планировали мероприятия полгода назад. Это свидетельствует о наметившейся тенденции к восстановлению активности в выставочной сфере и возобновлению роста. Большинство компаний продолжают рассматривать участие в выставках как важнейшую составляющую продвижения своих товаров и услуг.

Внушает оптимизм и предстоящее крупнейшее мероприятие осеннего сезона – Московский международный автомобильный салон. Он не уступает ни по каким параметрам предыдущей, прошедшей два года назад, экспозиции. Его размеры и число участников являются отражением динамики российского автомобильного рынка, который начал активно восстанавливаться в этом году. Продажи автомобилей – яркий показатель состояния потребительского рынка. А они начали активно расти. Можно рассчитывать, что это даст хороший стимул для развития и остальным секторам экономики.

Учитывая значимость автомобильной отрасли, мы выбрали ее в качестве главной темы данного номера журнала.

Арас АГАЛАРОВ



**«К**рокус Экспо» подвел итоги работы в I полугодии 2010 г. За этот период в выставочном центре проведено 75 мероприятий, из которых 48 – гостевые выставки, 11 – собственные, 16 – корпоративные мероприятия. Общая площадь, занятая под проведенными выставками, составила 682 тыс. кв. м, что на 25% меньше, чем в I полугодии 2009 г. Вместе с тем фактическая площадь гостевых выставок оказалась на 16% больше, чем было заказано организаторами мероприятий в разгар кризиса, в 2009 г. Это дает основание полагать, что



наметилась тенденция к выходу выставочной деятельности из кризиса и возобновлению роста этой сферы бизнеса.

**П**резидент РФ Дмитрий Медведев в ходе поездки по Дальнему Востоку посетил строящиеся во Владивостоке объекты к предстоящей конференции стран АТЭС. Пояснения Президенту РФ о ходе строительства комплекса зданий Дальневосточного федерального университета на острове Русский давал генеральный директор ЗАО «Крокус Интернэшнл» Арас Агаларов. ЗАО «Крокус Интернэшнл» в соответствии с постановлением Правительства РФ является генеральным подрядчиком строительства объектов на острове Русский. Сдача возводимого на острове комплекса зданий намечена на конец 2011 г.

**П**осетители выставок в «Крокус Экспо» теперь смогут пройти в выставочные павильоны непосредственно из метро, не выходя на улицу. На станции «Мякинино», расположенной на территории Крокус Сити, сооружен новый переход, соединивший ее на уровне второго этажа с 3-м павильоном «Крокус Экспо». Оттуда по системе закрытых переходов можно попасть и в остальные павильоны.

**З**акончено согласование основных параметров проектной документации на строительство отеля Holiday Inn в Крокус Сити. Контракт на управление отелем, заключенный на 20 лет, был подписан в марте 2009 г. Он предусматривает начало строительства отеля на 1 тыс. номеров в 2011 г.; открытие запланировано на 2014 г. В новом отеле Holiday Inn в Крокус Сити предусмотрены залы для конференций и семинаров общей площадью 2,5 тыс. кв. м, три ресторана и оздоровительный центр площадью 1,2 тыс. кв. м. Согласно заявлению президента представительства компании IHG в Европе, на Ближнем Востоке и Африке Кирка Кинселла, это будет самый большой в мире отель Holiday Inn.



**Н**овым генеральным директором ООО «Билдэкспо Сити» назначен Андрей Фисенко, ранее возглавлявший транспортный отдел МВЦ «Крокус Экспо». ООО «Билдэкспо Сити» является генеральным застройщиком на выставках, проводимых в «Крокус Экспо». До прихода в «Крокус Экспо» А.Фисенко работал в строительной организации и в сфере таможенных услуг.



**Н**овый тематический шопинг-молл Vegas (проект компании Crocus Group), открытый недавно на пересечении Каширского шоссе и МКАД, обеспечил создание 9 тыс. новых рабочих мест. Это самый большой в России торговый центр (общая площадь – около 400 тыс. кв. м) и единственный шопинг-молл, объединенный с парком экстремальных аттракционов. Впервые 18-метровое колесо обозрения, аттракцион «Башня падения» и др. организованы в закрытом пространстве торгового комплекса. «В области дизайна, технического исполнения и развлекательной составляющей Vegas, спроектированный на основе специальных международных интеграционных систем архитектурно-городского моделирования, не имеет аналогов на российском рынке», – заявил представитель архитектурного бюро KlingStubbins Скотт Дэниелс.



# В компании патриархов

С 25 августа по 5 сентября 2010 г. в Международном выставочном центре «Крокус Экспо» состоится Московский международный автомобильный салон (ММАС) – событие, которого с нетерпением ждут миллионы автолюбителей. Автосалоны во всем мире являются наиболее популярными мероприятиями выставочной жизни.

В Москве автомобильные выставки начали проводиться с 1992 г. Но современную форму Московский автосалон обрел только в 2006 г., когда он получил сертификат Международной организации автопроизводителей (ОИСА) и впервые был проведен в новом выставочном центре «Крокус Экспо». В 2008 г. Московский международный автосалон был включен ОИСА в категорию «А», куда входят старейшие и самые представительные автомобильные смотры – в Женеве, Франкфурте, Париже, Детройте и Токио.

ся на «визитной карточке» автомобильной промышленности – автомобильных салонах. В наибольшей степени пострадал Motor Show–2009 в Токио, мероприятие сократилось вдвое по сравнению с предыдущим автосалоном в 2007 г. Более того, в нем практически не участвовали производители из других стран, и оно превратилось фактически в чисто японскую выставку. Автосалоны во Франкфурте, Детройте и Женеве сохранили в целом свои позиции в период экономического кризиса.

В общем ряду самым успешным в 2010 г. оказался Пекинский ав-

## ПРОДАЖИ АВТОМОБИЛЕЙ В НЕКОТОРЫХ СТРАНАХ

Страна	2009 г. млн шт.	2009 г. в % к 2008 г.	2010 г. в % к 2009 г. (прогноз)
Китай	13,6	48	16
США	10,4	-21	12
Япония	4,6	-8	-4
Германия	3,8	20	-26
Бразилия	3,1	13	6
Индия	2,5	16	12
Франция	2,3	11	-6
Россия	1,5	-49	9

показателю страна вышла на первое место в мире, обогнав США. Auto China–2010 по всем параметрам вошел в число крупнейших автосалонов мира.

Два года назад, когда в Москве проходил предыдущий автосалон, рынок был полон оптимизма. В 2008 г. Россия вышла по продажам автомобилей на второе место в Ев-

## КРУПНЕЙШИЕ АВТОСАЛОНЫ МИРА

Место проведения	Год основания	Площадь, тыс. кв. м	Число участников	Число стран	Число посетителей, тыс. чел	Число премьер
Франкфурт (2009 г.)	1897	230	753	30	700	82
Париж (2008 г.)	1898	200	500	25	1200	90
Детройт (2010 г.)	1902	100	2000	22	700	60
Женева (2010 г.)	1905	119	250	30	1000	140
Токио (2007 г.)	1954	100	241	11	800	71
Пекин (2010 г.)	1990	200	2100	16	1000	89
Москва (2010 г., оценка)	1992	120	800	25	1700	40

Экономический кризис оказал существенное влияние на автомобильный рынок. Заметно сократились продажи машин во многих странах. Это не могло не сказаться

тосалон. Как известно, китайская экономика продолжила свой рост в период мирового спада, в 2009 г. значительно выросли и продажи автомобилей (на 48%), по этому

**Во II квартале 2010 г. российский автомобильный рынок начал быстро восстанавливаться, резко стали расти продажи легковых машин, которые превысили показатели I квартала на 69%**



## ПРОДАЖИ НОВЫХ ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ В РОССИИ

	2009 I полугодие	2010 I полугодие	2010 к 2009 %	2009 июнь	2010 июнь	2010 к 2009 %
<b>ВСЕГО</b>	<b>767 213</b>	<b>790 517</b>	<b>3</b>	<b>120 752</b>	<b>174 838</b>	<b>45</b>
<b>В том числе марки:</b>						
Lada	179 870	220 774	23	28 851	51 172	77
Chevrolet	60 157	53 010	-12	10 639	10 435	-2
Kia	30 606	45 729	49	5 256	10 050	91
Renault	36 610	42 227	15	7 165	8 528	19
Ford	49 057	39 369	-20	4 554	9 804	115
Hyundai	37 095	38 549	4	5 015	7 360	47
Daewoo	27 642	32 316	17	4 178	7 395	77
Toyota	38 015	30 895	-19	5 393	6 922	28
GAZ	26 865	30 009	12	5 062	6 969	38
Nissan	39 273	27 102	-31	3 874	6 105	58
Volkswagen	21 467	22 534	5	3 292	5 182	57
Skoda	19 415	20 865	7	2 582	5 259	104
UAZ	13 251	18 686	41	2 685	4 286	60
Mitsubishi	19 343	14 904	-23	4 051	3 703	-9
Peugeot	16 836	13 642	-19	2 648	2 912	10
Opel	21 823	13 214	-39	3 248	2 851	-12
Suzuki	8 617	12 193	41	1 705	2 279	34
Honda	14 845	9 986	-33	1 523	1 561	2
BMW	7 829	9 718	24	1 190	1 988	67
Audi	7 404	9 470	28	1 398	1 807	29

Источник: Ассоциация европейского бизнеса

ропе после Германии. Однако кризис подкосил продажи машин и в России – в 2009 г. их было продано почти вдвое меньше. В конце I полугодия 2010 г. появились первые признаки возобновления роста продаж. Об этом свидетельствуют данные Комитета автопроизводителей Ассоциации европейского бизнеса: после падения продаж, зафиксированного в I квартале года, обозначилась тенденция к их увеличению во II квартале.

Предварительные оценки предстоящего Московского автосалона также настраивают на оптимистический лад. Основные его характеристики будут не хуже, чем два года назад. Он сохранил свои размеры по площади, увеличилось до 40 ожидаемое количество премьер новых моделей, в автосалоне примут участие больше престижных марок машин. Свои новинки в Москву привезут практически все ведущие мировые автопроизводители. Интерес к салону повышает его насыщенная деловая программа, в рамках которой пройдут конференции Ассоциации российских автомобильных дилеров и газеты «Ведомости». В целом же он на равных смотрится в ряду старейших автосалонов, имеющих возраст 100 и более лет.

ММАС–2010 организован Международным выставочным центром «Крокус Экспо» совместно с НП «Объединение автопроизводителей России» при поддержке Комитета автопроизводителей

## НАИБОЛЕЕ ПРОДАВАЕМЫЕ МОДЕЛИ ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ В РОССИИ

Модель, марка	2009 I полугодие	2010 I полугодие	2010 к 2009 %	2009 июнь	2010 июнь	2010 к 2009 %
Priora Lada	49 056	59 960	22	8 222	11 516	40
2105/2107 Lada	36 641	51 367	40	5 400	16 839	212
Samara Lada	47 207	49 046	4	7 241	9 500	31
Kalina Lada	32 127	40 176	25	5 715	9 870	73
Focus Ford	29 275	30 008	3	2 690	7 565	181
Logan Renault	25 581	29 626	16	5 460	5 466	0
4x4 Lada	11 393	19 945	75	1 867	3 412	83
Nexia Daewoo	14 720	18 580	26	2 179	4 394	102
Niva Chevrolet	11 831	16 650	41	1 975	2 956	50
Lacetti Chevrolet	18 053	14 552	-19	3 195	3 120	-2
Matiz Daewoo	12 922	13 736	6	1 999	3 001	50
Rio Kia	2 287	12 945	466	853	3 200	275
Cee'd Kia	8 945	10 501	17	1 178	2 233	90
Aveo Chevrolet	8 872	9 981	13	1 763	2 027	15
Sportage Kia	4 727	9 940	110	1 225	2 120	73

Источник: Ассоциация европейского бизнеса

Ассоциации европейского бизнеса, Министерства экономического развития РФ, Министерства транспорта РФ, Министерства промышленности и торговли РФ, а также Российского союза промышленников и предпринимателей.

Вместе с тем Московскому автосалону предстоит трудная задача – сохранить свои позиции и оправдать почетное место в категории «А». Российский авторынок по итогам 2009 г. откатился на пятое место в Европе. Помимо ведущих европейских стран, Китая, США и Японии по продажам автомобилей Россию превосходят также Бразилия и Индия, рынки которых продолжают расти быстрыми темпами. Однако, согласно прогнозам, в 2010 г. рост продаж машин в России возобновится, а это восстановит привлекательность отечественного авторынка.

Важной особенностью автосалонов, состоявшихся в текущем году в Пекине, Женеве и Детройте, стало обретение каждым из них своего лица, следование определенной теме. Главным акцентом всех смотров становится экологичность автомобильного транспорта. Все большее место в экспозициях занимают машины гибридного характера или электромобили. В этой связи, по-видимому, и Московскому автосалону, стоило бы найти перспектив-

ное и важное направление технического развития автомобилестроения, которое ассоциировалось бы с мероприятием, проводимым именно в России.

Борис ПАВЛОВ

# Автокомпоненты удачного бизнеса

Выставка запасных частей и комплектующих «Интеравто» стала традиционной составляющей выставочной программы МВЦ «Крокус Экспо». 6-я Международная выставка «Интеравто–2010» откроет двери для посетителей с 26 по 29 августа.

**В** этом году внимание всех профессионалов и ценителей автомобильной техники приковано к грандиозному событию – Московскому международному автомобильному салону (ММАС). Зрелище действительно заслуживает внимания. Ведь здесь, как всегда, будет продемонстрировано все разнообразие автомобильных марок, брендов и фирм, известных всему миру. Параллельно в рамках ММАС состоится и выставка «Интеравто», на которой будут представлены автокомпоненты, автохимия, услуги по тюнингу, оборудование для технического обслуживания автомобилей.

В этом году 40 тыс. кв. м выставочной площади из более 100 тыс. кв. м автосалона будут заняты стендами «Интеравто». Производители и поставщики автомобильных шин, моторных масел, аудиосистем, систем безопасности и запасных частей смогут не только встретить своего клиента и пообщаться с коллегами и конкурентами, но и оценить динамику и направление развития отрасли на примере выставляемых на ММАС автомобильных новинок.

«Композиционно «Интеравто–2010» будет поделена на четыре раздела: первый – автоэлектроника и системы безопасности; второй – автохимия, лаки, краски, масла; третий – гражданское сервисное обслуживание, шины, диски и последнее – автокомпоненты, запчасти», – рассказывает директор вы-



ставки Сергей Шаров. Такое деление максимально облегчает посетителям и экспонентам ориентацию на просторах выставки.

Одним из самых серьезных составляющих успеха «Интеравто» стала насыщенная деловая программа, которая ориентирована на широкий круг профессионалов. В этом году она будет проходить совместно с деловой и развлекательной программой ММАС. Организаторы особенно советуют посетить III Конференцию российских автомобильных дилеров «Росавто-

дилер–2010», которая стала уже традиционной для «Интеравто». Участники конференции смогут получить самое полное представление об актуальных тенденциях развития автомобильного рынка в России, услышать мнение экспертов. Организатором конференции является ассоциация «Российские автомобильные дилеры».

В прошлом году в выставке приняли участие более 600 компаний из 17 стран мира. У организаторов «Интеравто–2010» нет сомнений, что участие в выставке будет интересным и выгодным для всех компаний, которые ставят перед собой задачу укрепления своих позиций на

международном и российском рынках.

«Мы будем рады видеть всех наших постоянных клиентов, партнеров и посетителей на выставке «Интеравто–2010», – приглашает Сергей Шаров. – Ведь в конечном итоге выставка – это не только площадка для встречи с клиентами. Это возможность живого общения друг с другом, с коллегами и конкурентами, повод для совместной разработки и воплощения новых идей».

Елена КРЕМЕНЕЦКАЯ



ШЕСТАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ  
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

# МЕБЕЛЬНЫЙ КЛУБ

9-13 ноября 2010



Sixth international specialized exhibition

## FURNITURE CLUB

November 9-13, 2010

реклама

ОРГАНИЗАТОР:

 **КРОКУС ЭКСПО**

Международный выставочный центр

МВЦ «Крокус Экспо»

65 - 66 км МКАД (пересечение МКАД и Волоколамского шоссе)

 Мякинино

Тел./факс: +7 (495) 223-42-13, 223-42-14

E-mail: mebelclub@crocus-off.ru, expo5@crocus-off.ru

www.mebelclub.com

ИНФОРМАЦИОННЫЙ  
ПАРТНЕР  
МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»:



Реклама на сайте и на территории

МВЦ «Крокус Экспо»:

тел. (495) 727-26-39,

[www.crocus-reklama.ru](http://www.crocus-reklama.ru)

Аренда конференц-залов и

презентационного оборудования:

тел. (495) 727-25-93, 727-26-15

## ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА МОСКОВСКОГО МЕЖДУНАРОДНОГО АВТОМОБИЛЬНОГО САЛОНА

Дата и время	Тема	Место проведения
<b>25 Августа</b>		
	Пресс-конференции участников ММАС	Павильон 3, залы 13, 14, 15.
	III профессиональная конференция российских автомобильных дилеров «Росавтодилер–2010»	Павильон 3, Синий зал.
<b>26 Августа</b>		
	III профессиональная конференция российских автомобильных дилеров «Росавтодилер–2010»	Павильон 3, залы: 3-01 – 3-04.
<b>14.00</b>	Церемония официального открытия ММАС и 6-й Международной выставки «Интеравто»	Павильон 3.
	VI ежегодная конференция «Автомобильный бизнес–2010: стагнация, стабилизация или рост?»	Павильон 3, зал 3-05.
	Семинар «Критерии и методика оценки эффективности штатной противоугонной защиты автомобиля для российского рынка»	Павильон 3, залы: 3-19, 3-20.
<b>27 Августа</b>		
	Семинар «Новый взгляд на грузовой автотранспорт. Экономия и безопасность от компании ParkMaster»	Павильон 2, зал Е.
	Тематический семинар по климатическим системам «Dometic-WAECO» для автобусов, автомобилей, специальной и строительной техники	Павильон 2, зал F.





# АВТОМОБИЛИ

Выставка, организатор	Время проведения	Место проведения	Контакты
<b>AUTOSALAO</b> Exponor	2–5.10.10	Португалия Порто	www.exponor.pt; info@exponor.pt тел. +351 22 998 14 00; факс +351 22 9957499
<b>MONDIAL DE L'AUTOMOBILE</b> AMC Promotion	2–17.10.10	Франция Париж	www.amcpromotion.com; info@amcpromotion.com тел. +33 (0)1 56 88 22 40; факс +33 (0)1 42 56 50 80
<b>AUTOSHOW PRAHA</b> Incheba Praha, s.r.o.	21–24.10.10	Чехия Прага	www.incheba.cz; info@incheba.cz тел. +420 220 103 111; факс +420 233 377 217
<b>EICMA MOTO 2010</b> EICMA via Antonio da Recanate	2–7.11.10	Италия Милан	www.eicma.it; eicma@eicma.it тел. +39-02-6773511; факс +39-02-66982072
<b>AAPEX-2010</b> Glasgow (William T.) Inc.	2–4.11.10	США Лас-Вегас	www.aapexshow.com; info@aapexshow.com тел. +1-708-2261300; факс +1-708-2261310
<b>SOUTH FLORIDA INTERNATIONAL AUTO SHOW</b> South Florida Auto-Truck Dealers Association	5–14.11.10	США Майами-Бич	www.sfliautoshow.com тел. +1-305-947-5950; факс +1-305-947-5954
<b>MOTOR TREND INTERNATIONAL AUTO SHOW / LAS VEGAS</b> Motor Trend Auto Shows, Inc.	26–28.11.10	США Лас-Вегас	www.motortrendautoshow.com; lisa.gelb@primedia.com тел. +1 (717) 671.4300; факс +1 (717) 671.4303
<b>EXPOCAR-2010</b> Institucion Ferial Alicante	26–28.11.10	Испания Аликанте	www.feria-alicante.com; ifa@feria-alicante.com тел. +34 96 665 76 00; факс +34 96 665 76 30
<b>MOTOR SHOW BOLOGNA</b> Bologna Fiere	4–12.12.10	Италия Болонья	www.bolognafiere.it; bolognafiere@bolognafiere.it тел. +39 (0)5 12 82 111; факс +39 (0)5 12 82 332
<b>INTERNATIONAL MOTOR SHOW</b> LuxExpo	10–12.12.10	Люксембург	www.luxexpo.lu; info@luxexpo.lu тел. +352 43 99 1; факс +352 43 99 315
<b>ADIMS-ABU DHABI INTERNATIONAL MOTOR SHOW</b> Reed Exhibitions-FZ-LLC	15–19.12.10	ОАЭ Абу-Даби	www.reedexpo.ae; leonard.lecoq@reedexpo.ae тел. +971 (2) 444 6113; факс +971 (2) 444 3768
<b>NAIAS</b> NAIAS	10–23.01.11	США Детройт	www.naias.com; naias-media@baileypr.com тел. +1-248-643-0250; факс +1-248-637-0784
<b>AUTOSPORT INTERNATIONAL</b> Haymarket Exhibitions Ltd.	13–16.01.11	Великобритания Бирмингем	www.autosport-international.com; autosport.international@haymarket.com тел. +44 (0) 20 8267 8300; факс +44 (0) 20 8267 8350
<b>SALON INTERNATIONAL DE L'AUTOMOBILE DE MONTREAL</b> CCAM	14–23.01.11	Канада Монреаль	www.ccam.qc.ca; info@ccam.qc.ca тел. +1-514-331-6571; факс +1-514-331-2045
<b>BRUSSELS INTERNATIONAL MOTOR SHOW</b> Febiac	14–24.01.11	Бельгия Брюссель	www.febiac.be; info@febiac.be тел. +32 (0)2 778.64.00; факс +32 (0)2 762 81 71
<b>AUTOSALON HANNOVER</b> Fachausstellungen Heckmann	29.01–6.02.11	Германия Ганновер	www.heckmannghmbh.de; info@fh.messe.de тел. +49 (0)511 9 90 95-0; факс +49 (0)511 9 90 95-50
<b>BREMEN CLASSIC MOTORSHOW</b> WFB	4–6.02.11	Германия Бремен	www.messe-bremen.de; info@messe-bremen.de тел. +44 (0)1787 223399
<b>CHICAGO AUTO SHOW</b> Chicago Automobile Trade Association	9–20.02.11	США Чикаго	www.chicagoautoshow.com тел. +1-630-495-2282; факс +1-630-495-2260
<b>SALON INTERNATIONAL DE L'AUTOMOBILE DE GENEVE</b> Geneva Palexpo	3–13.03.11	Швейцария Женева	www.geneva-palexpo.ch; info@geneva-palexpo.ch тел. +41 22 761 11 11; факс +41 22 798 01 00
<b>VANCOUVER INTERNATIONAL AUTO SHOW</b> New Car Dealers Association of BC	29.03–3.04.11	Канада Ванкувер	www.newcardealers.ca; pmcgeachie@newcardealers.ca тел. +1-604-214-9964; факс +1-604-214-9965
<b>DREAMCAR SHOW</b> RTE Group	1–3.04.11	Россия Москва	www.rte-expo.ru; info@rte-expo.ru тел. +7 (495) 921 44 07; факс +7 (495) 921 44 17
<b>AUTOSHOW AZERBAIJAN</b> Iteca Caspian Ltd.	6–9.04.11	Азербайджан Баку	www.iteca.az; office@iteca.az тел. +994 12 4474774; факс +994 12 4478998
<b>MOTOR SHOW BRATISLAVA</b> Incheba Jsc	12–17.04.11	Словакия Братислава	www.incheba.sk; incheba@incheba.sk тел. +421 2 6727 1111; факс +421 2 6241 1838
<b>AUTO SHANGHAI</b> Siec	20–28.04.11	Китай Шанхай	www.siec-ccpit.com; info@siec-ccpit.com тел. +86 (21) 62792828; факс +86 (21) 6545 5124
<b>NEW YORK INTERNATIONAL AUTO SHOW</b> Greater New York Auto Dealers, Ass. Inc.	22.04. –1.05.11	США Нью-Йорк	www.autoshowny.com; candida@autoshowny.com тел. +1-718-7465300; факс +1-718-7469333
<b>THE AAAA TRADE SHOW</b> Australian Exhibitions & Conferences Pty Ltd	12–14.05.11	Австралия Мельбурн	www.aec.net.au; mail@aec.net.au тел. +613 9654 7773; факс +613 9654 5596
<b>TTM-AUTOMOTIVE TECHNOLOGY FAIR</b> Poznan International Fair	12–15.05.11	Польша Познань	www.mtp.pl; info@mtp.pl тел. +48 61 869 2000; факс +48 61 869 2999
<b>SALON INTERNACIONAL DEL AUTOMOVIL Y VEHICULO COMERCIAL</b> Fira de Barcelona	9–19.06.11	Испания Барселона	www.firabcn.es; info@firabcn.es тел. +34 93 233 20 00; факс +34 93 233 21 98
<b>ИНТЕРАВТО</b> МВЦ «Крокус Экспо»	25–29.08.11	Россия Москва	www.mas-expo.ru; sharov@crocus-off.ru тел. +7 (495) 727-26-31
<b>IAA CARS</b> Messe Frankfurt GmbH	15–25.09.11	Германия Франкфурт	www.messefrankfurt.com; info@messefrankfurt.com тел. +49 69 7575-0; факс +49 69 7575-64 33
<b>SALON DE L'AUTOMOBILE DE LYON</b> SepelCom	8–16.10.11	Франция Лион	www.sepelcom.com; sepelcom@sepelcom.com тел. +33 (0)4 78 176 176; факс +33 (0)4 78 176 352

# Признаки восстановления – налицо

Комитет автопроизводителей Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ) уже 12 лет представляет в России общие интересы официальных импортеров международных автомобильных марок. У многих компаний, входящих в комитет, за эти годы появилось свое производство в России, и бурные события, происходящие на отечественном автомобильном рынке, не оставляют их равнодушными. В преддверии Московского международного автомобильного салона руководители комитета поделились своими впечатлениями.

Дэвид ТОМАС, Председатель Комитета автопроизводителей АЕБ, президент и управляющий директор Volvo Cars LLC.



**ВВ** Господин Томас, как, на ваш взгляд, выглядит сегодняшний российский автомобильный рынок?

– В настоящее время налицо все признаки восстановления российского автомобильного рынка. Несколько месяцев устойчивого роста, особенно после апреля 2010 г., свидетельствуют о курсе на дальнейшее «выздоровление». Очевидно, что начавшаяся в марте программа по утилизации наиболее эффективно сработала для низкого цено-

вого сегмента, однако рост наблюдается и в других сегментах рынка.

**ВВ** Два года назад вы говорили, что потенциально к 2011–2013 гг. продажи на российском рынке могут достичь 4 млн автомобилей. Каков ваш нынешний прогноз?

– Прогнозирование рынка в России всегда было непростым и неблагоприятным делом! В докризисный период темпы роста рынка превышали 50%, в то время как рост ВВП был ниже 10%. Падение рынка почти на 50% в 2009 г. может быть сопоставимо с падением ВВП на 7%. Мои предположения таковы: автомобильный рынок России продолжит расти и достигнет докризисного уровня в течение 3–5 лет. Данная тенденция не будет линейной, поэтому сохранятся трудности с планированием и координацией производства и сбыта автомобилей в стране. Согласно последнему прогнозу Комитета автопроизводителей АЕБ, общие продажи автомобилей (легковых и легких коммерческих) в России в 2010 г. составят 1,67 млн шт., что несколько выше нашего предыдущего прогноза в 1,5 млн шт., сделанного в начале года.

**ВВ** Каковы основные факторы, влияющие на продажи международных автомобильных марок на российском рынке?

– Ключевые факторы роста автомобильного рынка в России остаются теми же, что и в докризисное время. По мере преодоления мирового кризиса ускорится рост российской эко-

номики. Уровень автомобилизации на душу населения составляет здесь лишь 40% от западноевропейского. Расширение прослойки среднего класса, потребительский «бум» – всё это в совокупности приведет к устойчивому росту спроса на машины. Не стоит сбрасывать со счетов и то, что возраст автомобилей, находящихся здесь в эксплуатации, также намного выше, чем в странах ЕС, а это значит, что старые авто будут меняться на новые.

**ВВ** Каков он, российский покупатель автомобиля? Какие у него предпочтения?

– Текущие программы господдержки обеспечивают высокие темпы роста малолитражных автомобилей и в классе В. При этом в России остаются очень популярными машины классов С и D, наблюдается очень высокий рост в сегменте внедорожников SUV и особенно компактных внедорожников. Это в значительной степени является результатом большого количества новых моделей, представляемых на рынке. Если говорить о регионах, то они особенно сильно пострадали от кризиса. Там преимущественно пользуются популярностью более дешевые автомобили малого и среднего классов, но при этом традиционно высок спрос и на внедорожники, учитывая состояние дорог и большие расстояния. Эти региональные особенности в общих чертах характерны в целом для российского покупателя: они любят автомобили большего размера, нежели в странах ЕС, с уклоном в сто-

рону внедорожников и автомобилей подобного типа, в частности полноприводных и с увеличенным дорожным просветом.

**ВВ** С какими основными проблемами сталкиваются компании-импортеры?

– В последнее время настоящим испытанием для всех автомобильных компаний были нестабильность рынка и колебания валютных курсов. Поскольку мы постепенно возвращаемся к росту, то непременная задача, которую придется решать компаниям, – это поиск баланса между объемами производства и сбыва на быстро меняющемся рынке. Неопределенность в отношении таможенных процедур и стратегия в области ввозных таможенных пошлин, особые требования по сертификации с российской стороны – вот, пожалуй, те вопросы, которые продолжают волновать компании.

**ВВ** Поскольку мы беседуем в преддверии Московского международного автомобильного салона, хотелось бы задать вопрос о значимости этого мероприятия для автопроизводителей.

– ММАС является одним из важнейших событий в календаре автомобильных событий России. Конечно же, решения производителей об участии в выставке 2010 г. принимались непросто, поскольку это происходило в конце 2009 г., в очень трудный период для автомобильной промышленности. Количество участников в этом году демонстрирует огромную важность мероприятия, его нынешний и будущий потенциал для мировой автопромышленности. Вполне очевидно, что ММАС предоставляет отличную возможность для показа новых моделей, а также является площадкой для ключевых заявлений о намерениях компаний-автопроизводителей (большинство из них входят в Комитет автопроизводителей АЕБ) в отношении российского рынка. Это отражено в количестве премьер (мировых, европейских и российских), а также подтверждается намерениями ряда высокопоставленных представителей компаний приехать на пресс- и бизнес-дни. С каждым новым салоном его уровень повышается. Мы, как основные его участники, сопоставляя и сравнивая автосалон с другими международными автомобильными выставками, считаем, что в будущем

ММАС сможет выйти на полностью конкурентоспособный уровень и по праву занять свое место в ряду признанных, имеющих долгую историю и сложившиеся традиции автосалонов.

**Мартин ЯН**, вице-председатель Комитета автопроизводителей АЕБ, заместитель генерального директора, директор по продажам ООО «Фольксваген Груп Рус».



**ВВ** Господин Ян, как изменился российский автомобильный рынок за прошедшие два года?

– Два года назад мы ожидали, что Россия оставит позади Германию и станет самым большим европейским рынком. После кризиса 2008 г. российский рынок уменьшился наполовину. В настоящее время он начинает восстанавливаться, и производители готовы считать результаты продаж в абсолютных цифрах, в то время как в кризис все переключались на доли рынка.

Для производителей, которые запустили производство в России, девальвация рубля и увеличение таможенных пошлин прошли менее болезненно. Меры государственной поддержки – субсидированные кредиты с 2009 г. и программа утилизации – также были направлены на поддержку местных производителей – как отечественных, так и иностранных. Таким образом, преодолеть кризис было легче компаниям с местным производством.

**ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ, ЧТО...**

Первые известные чертежи автомобиля (с пружинным приводом) создал Леонардо да Винчи, однако ни действующего экземпляра, ни сведений о его существовании до наших дней не дошло. В 2004 г. эксперты Музея истории науки из Флоренции смогли восстановить по чертежам этот автомобиль, доказав правильность идеи Леонардо.



В России в 80-е годы XVIII в. над проектом автомобиля работал известный русский изобретатель Иван Кулибин. В 1791 г. он изготовил повозку-самокатку, в которой применил маховое колесо, тормоз, коробку скоростей, подшипники качения и т.д.

Появление компактного и достаточно мощного двигателя внутреннего сгорания открыло широкие возможности для развития автомобиля. В 1885 г. немецкий изобретатель Г.Даймлер, а в 1886 г. его соотечественник К.Бенц начали производство первых самодвижущихся экипажей с бензиновыми двигателями. Немалый вклад в широкое распространение автомобильного транспорта внёс американский изобретатель и промышленник Г.Форд. В России автомобили появились в конце XIX в.





## ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ, ЧТО...

**В** начале прошлого века широкое распространение имели электромобили и автомобили с паровой машиной. В 1900 г. примерно половина автомобилей в США была на паровом ходу. В 1906 г. паровой автомобиль фирмы Stanley установил рекорд ско-



рости – 203 км/ч. Модель 1907 г. проезжала на одной заправке водой 50 миль. Необходимое для движения давление пара достигалось за 10–15 минут от запуска машины. Это были любимые машины полицейских и пожарных Новой Англии. Фирма Stanley выпускала автомобили на паровом ходу до 1927 г.



**М**одель ГАЗ М-20 по первоначальному замыслу должна была называться не «Победа», а «Родина». Однако это название изменили после иронического вопроса Сталина: «Ну и почём у нас будет Родина?»



**В** С какими трудностями сталкиваются производители, работающие в России? Как они справляются с графиками по локализации автокомпонентов, используемых для местного производства?

– Локализация будет главным вопросом в предстоящие годы для всех производителей в России. В течение многих лет в России не было самостоятельной отрасли по производству автокомпонентов, так как все «традиционно» российские производители изготавливали детали самостоятельно. Те же поставщики, которые присутствуют в России, зачастую не знакомы с международными стандартами или не привыкли к работе по ним, поэтому им потребуются время и знания для перехода на новый уровень. В то же время международные поставщики автокомпонентов пока не спешат налаживать здесь свое производство, так как спрос со стороны российских автозаводов недостаточен, а экспорт, например в ЕС, облагается 10%-ной пошлиной, что лишает смысла всю затею. Это одна из главных проблем локализации. Есть также ряд других проблем, с которыми сталкиваются местные производители, например нехватка рабочей силы в выбранных регионах производства, логистические сложности.

**В** Как увеличение таможенных пошлин на подержанные автомобили сказалось на автомобильном бизнесе?

– После ввода новых пошлин импорт подержанных машин с правым рулем сократился до минимума. Это дает возможность освоения рынка на Дальнем Востоке как местным произ-

водителям, так и официальным импортерам.

**В** Каково отношение российских потребителей к автомобилям местного производства?

– Российские потребители скорее скептически относятся к автомобилям местного производства, как к отечественным, так и иностранным маркам. То есть главный критерий, определяющий выбор, – это более низкая цена. Все иностранные производители на своем российском производстве применяют международные стандарты качества. И после того, как клиент купил автомобиль, он на практике может убедиться, что автомобили, произведенные в России, соответствуют по качеству импортным.

**В** ММАС относительно молод по сравнению с другими известными международными автосалонами. Салон 2008 г. был очень успешным в условиях быстро развивающегося рынка. Что ждет нас в этом году?

– В 2008 г. вследствие роста российского рынка и уровня представительства компаний многие производители присвоили ММАС категорию «А». Кризис охладил ожидания, особенно в связи с тем, что Россия восстанавливается после кризиса не столь высокими темпами, как, например, Китай или Германия. Однако мы уверены, что российский рынок остается многообещающим, хотя и потребуются немало времени, чтобы догнать по объему продаж Германию. Вернуться на уровень 2008 г. удастся, вероятно, не ранее 2014 г.

Беседовала Ольга БУКОВА



# Наш клиент защищен на дороге

Розничное подразделение «РОЛЬФ» (входит в состав группы «РОЛЬФ») – один из крупнейших автомобильных ритейлеров России. О его работе на меняющемся рынке рассказывает главный управляющий директор Сергей ЩЕРБИНИН.



**БВ** Два года назад, во время проведения предыдущего Московского международного автомобильного салона, рынок был на подъеме. С чем сегодня идете на очередной смотр?

– Действительно, 2008 г. был рекордным по продажам автомобилей. В той оптимистической ат-

мосфере кризис стал неожиданностью для всех. Кризис застиг продавцов автомобилей со значительными складскими запасами и большими заказами новых машин у производителей. В период активного рынка и бума продаж предложение отставало от спроса, поэтому большинство дилеров имели значительный портфель заказов. Именно это и стало основной проблемой и дилеров, и производителей, когда продажи упали, поэтому все усилия в конце 2008 г. и в 2009 г. они направили на быструю ликвидацию стоков.

В этих условиях уже в октябре 2008 г. наша компания разработала специальную программу продаж и новые ценовые предложения. Мы провели переговоры с производителями, чтобы ограничить новые поступления машин. Это были первые и самые оперативные меры, которые быстро помогли смягчить удар кризиса.

Следующие действия были направлены на повышение эффективности работы и снижение текущих затрат. Мы пересмотрели условия и объемы поставок, провели оптимизацию всех сфер деятельности.

Не последнюю роль сыграл пересмотр штатного расписания, приведение численности персонала в соответствие с новыми объемами реализации. Все это отойдет прежде всего к продажам новых автомобилей.

К середине 2009 г. работа по оптимизации деятельности компании на основных направлениях была в целом завершена, и в конце

концов нам удалось стабилизировать ситуацию и наладить работу в новых условиях.

**БВ** Как вы оцениваете текущую ситуацию на автомобильном рынке? Начался ли рост?

– Сейчас можно говорить об активизации рынка. Начиная с февраля, наблюдается рост контрактов на новые автомобили. Так, в I полугодии 2010 г. по сравнению со II полугодием 2009 г. их примерно в полтора раза больше. Вместе с тем реальные продажи – выдача автомобилей клиентам – хотя и растут, но медленнее, поскольку это связано с дефицитом машин у дилеров и производителей.

Заказ автомобилей на 2010 г. делался в конце 2009 г., когда ситуация на рынке была еще неопределенной, поэтому заказ был весьма осторожным. Сейчас рынок оживился, но клиенты, делая заказы, не могут сразу получить машины, поскольку их на складе нет. Ведь от момента заказа новых автомобилей у производителя до их доставки может пройти до четырех месяцев. Так, мы ожидаем поступление большого количества автомобилей только к началу IV квартала текущего года.

**БВ** Когда, по вашему мнению, авторынок вернется к количественным показателям 2008 г., и будут ли качественные отличия, в том числе и в методах ведения бизнеса?

– Кризис научил нас быть рациональными, внимательными к во-



просам эффективности, готовыми к трудностям. Однако восстановление рынка займет, конечно, некоторое время. Полагаем, что возвращение к показателям 2008 г. возможно к 2013 г. Хочу особо отметить кардинальное изменение эластичности рынка: такого бесконечного роста спроса мы уже не увидим. В этих условиях каждый клиент у дилера на вес золота.

Сам бизнес неизбежно изменится за эти годы. Дело в том, что в докризисный период работа дилеров была ориентирована в основном на продажу новых автомобилей, а сервисные станции работали преимущественно с гарантийными машинами.

С конца 2008 г. продажи начали падать, соответственно стал сокращаться парк гарантийных машин. В 2009 г. мы еще не очень замечали это сокращение, а в начале 2010 г. это сни-

жение, как результат падения продаж, стало реальностью.

В целях поддержания сервисной части нашего бизнеса мы запустили новую программу, направленную на привлечение постгарантийных машин. По некоторым маркам эта программа поддерживается производителями.

До кризиса в структуре прибыли автодилеров зачастую до 70–80% приходилось на продажи новых машин, а остальное – на сервис и другие виды деятельности. Сейчас ситуация в корне изменилась. Доля прибыли от продаж новых авто упала, а сервисной составляющей, наоборот, выросла до 60–65%. Такая структура прибыли характерна для дилерского бизнеса в Европе, где сервис играет более важную роль. Хочу отметить, что в структуре прибыли розничного подразделения «РОЛЬФ» еще до кризиса сервис занимал порядка 50%, в силу чего на фоне

резкого падения продаж компания пострадала меньше, чем многие конкуренты. На сегодняшний день доля сервиса в прибыли компании составляет порядка 60%.

В новых условиях сервисное обслуживание становится для дилеров приоритетом в структуре бизнеса. На рынке идет активная борьба за клиентов, разрабатываются новые программы, направленные на привлечение гарантийных и постгарантийных машин, повышение качества сервиса, информированности автовладельцев. Мы провели анализ работы нашей сервисной службы и выяснили, что в первый год эксплуатации автомобиля к нам на обслуживание приезжают только 61% владельцев, купивших машину у нас. Здесь мы видим для себя значительный потенциал роста.

Еще одно перспективное направление работы – продажа

Приехали в столицу с деловым визитом?  
Или живете в Москве, но просто устали от шума и суеты мегаполиса?

*Постоянным гостям и друзьям —  
скидка от 10%*

**Север-  
СИТИ**

Москва, ул. Паршина, 16  
Тел.: +7 (495) 660-29-19;  
660-28-56  
Факс: +7 (495) 660-28-59  
e-mail: info@seversiti.ru;  
reservation@seversiti.ru  
www.seversiti.ru

### Добро пожаловать в отель «СеверСити»!

26 номеров: Double, Single, Suite

#### В каждом номере:

- LCD- телевизор и кондиционер
- высокоскоростной Интернет
- спутниковое телевидение
- качественная телефония
- индивидуальный сейф
- ванная или душевая кабина
- удобная современная мебель

Кафе-бар 24 часа в сутки, любое блюдо от нашего шеф-повара, и вам захочется возвращаться к нам снова и снова.

Круглосуточная охрана и система видеонаблюдения.

Трансфер от отеля в аэропорты, вокзалы, выставочные центры.

Расположение: около МВЦ «Крокус Экспо», рядом с живописной парковой зоной «Серебряный бор», недалеко от станции метро «Цукинская».



Пусть пребывание у нас будет приятным, отдых – комфортным, а бизнес – удачным!



подержанных автомобилей. Статистика показывает, что по сравнению с продажами новых машин этот рынок в период кризиса пострадал значительно меньше. Еще в 2007 г. «РОЛЬФ» создал самостоятельное подразделение BlueFish, занимающееся покупкой и продажей автомобилей с пробегом. Это подразделение выделяется на рынке подержанных автомобилей прежде всего широким спектром дополнительных услуг – предлагается гарантия на ма-

рованы в западной части страны, и прежде всего в двух крупнейших городах – Москве и Санкт-Петербурге, на которые приходится около половины реализуемых иномарок. Основная часть бизнеса компании «РОЛЬФ» расположена именно в этих двух городах, поскольку имеющийся здесь значительный потенциал еще далеко не исчерпан.

Мы понимаем потенциальную значимость региональных рынков, однако для розничного

### ПРОДАЖИ НОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ КОМПАНИЕЙ «РОЛЬФ» (шт.)

Марка	Годы						
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
<b>Всего</b>	<b>11 212</b>	<b>22 247</b>	<b>41 738</b>	<b>54 879</b>	<b>66 143</b>	<b>69 933</b>	<b>38 893</b>
Audi	630	677	950	1 091	1 250	1 592	1 750
Mazda		330	3 476	5 964	6 737	8 195	4 075
Ford	2 017	3 945	6 468	12 019	15 867	3 787	6 925
Hyundai	1 423	4 500	8 835	10 446	11 424	3 081	9 168
Mitsubishi	7 142	12 556	21 904	25 344	29 558	27 931	13 329

шины с пробегом, помощь на дорогах, специальные страховые программы и кредитные продукты.

Продажи автомобилей, как новых, так и подержанных, стимулируются специальными кредитными программами. До кризиса доля кредитных продаж составляла около 30%, а в январе 2009 г. сократилась до 12,5%. Однако в настоящее время они не только вернулись на докризисный уровень, но и продолжают повышаться, составляя 30–35%.

Мы также активно продвигаем услуги страхования: в наших дилерских центрах можно оформить ОСАГО, КАСКО и разные непрофильные виды полисов. В целом комплекс предлагаемых нами услуг направлен на то, чтобы создать у клиента ощущение защищенности на дороге.

**ВВ** Россия – страна большая. Как формируется рынок в региональном разрезе?

– Особенность российского авторынка состоит в том, что основные продажи сконцентри-

подразделения «РОЛЬФ» это не главное направление развития бизнеса, по крайней мере на текущий момент.

**ВВ** Какую роль играют автомобильные выставки в работе компании «РОЛЬФ»?

– В автосалонах участвуют, как правило, производители. Автодилеры посещают автомобильные выставки, в том числе и за рубежом, чтобы быть в курсе новинок, получить информацию о тенденциях развития рынка, чтобы пообщаться с коллегами и специалистами. В этом смысле выставки очень важны, они помогают выстраивать стратегию бизнеса.

Относительно Московского автосалона хочу сказать, что в 2008 г. был поражен высоким уровнем организации, размерами, представительностью. По всем этим параметрам он не уступает крупнейшим автосалонам мира. За последние несколько лет Московский автосалон сделал огромный шаг вперед.

Беседовал  
Борис ПАВЛОВ

### ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ, ЧТО...

Первые номерные знаки появились не на автомобилях, а на конных экипажах. Потом, когда по улицам поехали автомобили, их также стали нумеровать. Самые первые автомобильные знаки были выданы в Мюнхене (Германия) в 1899 г. Далее последовали Париж – в 1900 г., Нью-Йорк – в 1901 г. и Лондон – в 1903 г. Первый автомобильный знак в России был выдан в 1904 г. в Риге. Начало буквенным символам на номерных знаках положено в 1901 г. в Берлине, когда местный коммерсант Рудольф Херцог,



чтобы сделать сюрприз супруге, попросил разрешения у городских властей поставить на номерном знаке перед цифрами ее инициалы.

После полёта в космос Юрий Гагарин был награждён чёрной «Волгой» с номерами 12–04 ЮАГ (дата полёта и инициалы). Причём буквы отчасти соответствовали индексу Московской области, где находился Звёздный городок, – ЮА. У следующих космонавтов на именных машинах сохранились буквы ЮАГ, а цифрами так же обозначалась дата полёта.

**Б** р и т а н - ская страховая компания Churchill выяснила, что прямо-



точный глушитель не только повышает мощность автомобиля в среднем на 5%, но и ухудшает слух водителя на 2–3% за год его эксплуатации.

# Великолепная Десятка

Почетно выпустить самый скоростной автомобиль, самый экономичный, самый комфортный. Но престижнее всего – собрать самый дорогой.

## «РЕТРО» БЬЕТ РЕКОРДЫ

Сразу же надо оговориться: «дорогой» не значит «затратный». Изготовить авто по желанию богатого клиента – не проблема. И такие заказы автомобилестроительные фирмы время от времени выполняют. Салон с панелями из золота, сиденья, обтянутые шкурами редких животных... В такой машине нет ничего удивительного, кроме масштабов тщеславия ее владельца.

Принципиально другая задача – создать технически уникальную машину, с дизайном, как у произведения искусства, с характером живого существа. Это индивидуальная работа, и ее во всем мире могут выполнить всего несколько фирм. Кстати, среди них нет ни японских, ни корейских. Индивидуальность и эксклюзивность не вписываются в миллионные тиражи, выдаваемые их конвейерами. Искать самую дорогую машину среди «хонд», «тойот», «нисанов» – столь же пустое занятие, как ожидать, что ее построят на ВАЗе. Дорогие автомобили – это прерогатива в основном европейских фирм. Считается, что самым дорогим в истории автомобилем является Mercedes-Benz 540 K, купленный 11 марта 2007 г. за 3,5 млн евро неизвестным россиянином на выставке исторических автомобилей Retro Classics.

## САМЫЙ БЫСТРЫЙ

Но тот «Мерседес» был «ретро», а среди современных машин наибольшая сумма была выложена в 2010 г. за Bugatti Veyron 16.4, представленный на LA Auto Show в Калифорнии, – 1,7 млн долл. У этого технического чуда был двига-



тель мощностью в 1000 л.с., который позволял ему развивать скорость в 400 км/час. Для набора 100 км/час с места автомобилю требовалось всего 2,8 секунды – меньше, чем мотоциклу класса «суперспорт».

Bugatti Veyron – высокоскоростная машина, над которой конструкторы трудились шесть лет. Ведь ее прообраз впервые был показан

еще в 1999 г. на Токийском автосалоне, а первый серийный экземпляр выехал из ворот фабрики в Мольсхайме только в сентябре 2005 г. Но это время не было потрачено зря. Конструкторы снабдили автомобиль всеми новинками, упрощающими управление и повышающими безопасность. Так, при достижении отметки в 220 км/час гидравлика опускает автомобиль





до клиренса в 8,9 см, и одновременно из задней части корпуса поднимается антикрыло, обеспечивая необходимую прижимную силу. Оно же выполняет роль аэродинамического тормоза.

На Bugatti Veyron стоят уникальные вентилируемые углеродокерамические тормозные диски и

«новый» болид, приспособленный к обычным дорожным условиям. Назван он в честь основателя фирмы, инженера-конструктора Энцо Феррари.

Этот человек знал толк в автомобильных гонках. Почти двадцать лет он проработал тест-пилотом, а потом директором спортивного



8-поршневые суппорты. Время, которое требуется автомобилю, мчащемуся с максимальной скоростью, для полной остановки, составляет 10 секунд, причем Bugatti Veyron не смещается при торможении с прямолинейной траектории, даже если водитель отпустит рулевое колесо.

Кстати, версия Bugatti Veyron с открытым верхом – Grand Sport – был продан в августе 2008 г. в Кали-

форнии на аукционе Gooding & Company за 2,9 млн долл. подразделения знаменитой фирмы Alfa Romeo, прежде чем создал собственную фирму, выпускавшую гоночные и спортивные автомобили. Сесть за их руль самые именитые автогонщики считали честью. Создатели Ferrari Enzo постарались вложить в эту стремительную машину лучшие идеи гениального конструктора.

Те же черты гоночного автомобиля прослеживаются и в Zonda



форнии на аукционе Gooding & Company за 2,9 млн долл.

### ИТАЛЬЯНСКИЕ БОЛИДЫ

В ценностном рейтинге самых роскошных автомобилей второе место занимает Ferrari Enzo (1 млн долл.). Это настоящий «формуль-

С12 F (741 тыс. долл.) итальянской фирмы Pagani. Машина дебютировала в 1999 г., и с тех пор ежегодно выпускается не более 10 автомобилей этой марки. Это среднеторговый спорткар, снабженный 600-сильным двигателем. С12 разгоняется до 100 км/час за 4,2 секунды, а

### ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ, ЧТО...

Производитель британских спортивных автомобилей AC Cobra запатентовал звук выхлопа



своих машин. Технический директор этой компании убежден, что звучание выпускной системы автомобиля – это вторая после дизайна характеристика, определяющая индивидуальность спортивной машины, поскольку максимальная скорость и разгон с места до 100 км/ч у всех примерно одинаковы.

На аукционе в Монако, прошедшем нынешней весной, родстер Ferrari 400 Superamerica



выпуска 1962 г. был продан за 2,8 млн евро – это рекордная сумма для данной модели. Всего было выпущено 400 автомобилей этой модели. Аукционный экземпляр был полностью отреставрирован в 2005 г. и впервые появился на публике год назад на традиционном конкурсе-выставке Pebble Beach Concours d'Elegance.

В режиме форсажа, на самых высоких оборотах двигателя, порядка 7 тыс. об/мин, звук выхлопа автомобиля Aston Martin Vantage слышен за 6 км.





до 160 – за 8,2. Zonda выпускается в двух вариантах – двухместный купе и кабриолет. Конструкция в основном состоит из углепластика.



Среди создателей этого «пожирателя миль» был чемпион «Формулы-1» Хуан Мануэль Фанхио.

Lamborghini Murciélago LP640 (278 тыс. долл.) в своем нынешнем виде выпускается с 2006 г. Мощность двигателя – 640 л.с., максимальная скорость – 340 км/час. Журнал Forbes назвал этот автомобиль «самым фешенебельным». Его дизайн разрабатывали три фирмы, но в конце концов остановились на варианте, предложенном дизайнером Audi Люком Донкервольком. Двери Lamborghini по традиции не открываются, а раскрываются, как крылья птицы, ковшеобразные сидения усовершенствованы в Murciélago так, что садиться и вставать из машины намного легче, чем в предыдущих моделях. Это полностью спортивный автомобиль, как по внешней, так и по внутренней геометрии.

### УМЕЛЬЦЫ ИЗ МЕСТЕЧКА АНГЕЛЬХОЛЬМ

Небольшая шведская компания Koenigsegg Automotive Ltd., расположенная в местечке Ангельхольм, среди рядовых автолюбителей не слишком известна. Зато в кругу богатых знатоков ее спорткары ценятся очень высоко, что, наверное, и позволило фирме выставить за модель Koenigsegg CCX цену в 600,9 тыс. долл.

Весь облик автомобиля подчинен идее высоких скоростей, и CCX оправдывает свое назначение – с нуля до 100 км спорткар ускоряется за 3,2 секунды, максимально возможная скорость – 395 км/час.

Кузов и шасси выполнены из сверхлегкого карбонового волокна, укрепленного ячейками из кевлара и алюминия. В спорткаре установлен

двигатель мощностью в 806 л.с. В смешанном цикле он расходует 17 л бензина на 100 км.

Всеми делами в Koenigsegg Automotive Ltd. занимаются всего



тридцать специалистов, каждый из которых – мастер высочайшего класса. К этому надо добавить, что само производство располагается на заводе, выпускающем реактивные истребители, что позволяет широко использовать аэрокосмические технологии и материалы.

Компания выпускает свои автомобили в ограниченном количестве. Большая часть ее моделей выпущена на заказ чуть ли не в единичном числе. Это делает автомобили очень дорогостоящими, но тем не менее спрос на продукцию марки Koenigsegg растет из года в год.

### С НЕМЕЦКОЙ ТЩАТЕЛЬНОСТЬЮ

В популярном российском авторевю обозреватель написал об этом автомобиле: «Carrera GT – воплощение лучших инженерных технологий Porsche. Гонимый автомобиль для повседневных условий и автомобиль, совершенный на гоночной трассе. Обладая косми-

ческим дизайном и уникальными возможностями, Carrera GT является супермашиной будущего. Как самая эксклюзивная модель, выпущенная в количестве полутора тысяч единиц, она не имеет аналогов в мире. Каждый узел этого автомобиля создан с учетом многолетнего опыта спортивных программ. Carrera GT – это безальтернативный дорожный и спортивный автомобиль».

Характеристика более чем исчерпывающая. К ней остается только добавить, что до 100 км/час Carrera GT разгоняется за 3,9 секунды, еще 6 секунд нужно, чтобы развить скорость в 200 км/час, а максимальная скорость составляет 330 км/час. Обеспечивает такой разгон двигатель в 612 л.с. И еще одно уточнение: всего будет выпущено не 1,5 тыс. экземпляров этой

модели, а лишь 1270. Но это едва ли нанесет ущерб финансовым интересам компании, поскольку в начале года Carrera GT продавалась по цене в 484 тыс. долл.

Следующего номинанта рейтинга – Mercedes SLR McLaren (455,5 тыс. долл.) – впервые представили на автосалоне во Франкфурте в 2003 г. «Это автомобиль класса Gran Turismo XXI века – мощный, стремительный и красивый, на котором вы можете с комфортом путешествовать на любые расстояния», – объявил тогда представитель Daimler Chrysler.



У него мотор мощностью 626 л. с., позволяющий развивать скорость до 334 км/час. Так же как у гоночных автомобилей «Формулы-1» McLaren-Mercedes, кузов нового

автолюбителей не может угнаться за фантазией конструкторов, но все-таки престиж бренда Rolls-Royce продолжает оставаться неизменно высоким.

дня, не собираются, а, как говорят в компании, в самом буквальном инженерном и дизайнерском понятии «шьются на заказ».

Rolls-Royce Phantom в этом плане – не исключение. В нем все продумано, все учтено, в нем нет мелочей, поскольку каждая «мелочь» потребовала многих часов работы. Что в конечном счете и вылилось в сумму 320 тыс. долл.

Не менее родовит и Aston Martin Vanquish (255 тыс. долл.). У истоков этой марки стояли Лайонел Мартин и Роберт Бэнфорд, основавшие фирму в 1913 г. Правда, с тех пор компания неоднократно переходила из рук в руки, но стиль, присущий этим автомобилям, был сохранен. Далеко не случайно Ян Флеминг, автор романов о Джеймсе Бонде, самом элегантном супершпионе – выбрал для своего героя автомобиль марки Aston Martin.

Андрей ВАСИЛЬЕВ



SLR выполнен из углеродного волокна, обеспечивающего высокую степень поглощения энергии при малом весе и, соответственно, максимальную защиту пассажиров. SLR – первый серийный автомобиль в мире, у которого передняя деформационная зона выполнена целиком из углеволокна.

Maybach 62 (385,2 тыс. долл.) представляет семейство лимузинов, в производстве которых столь преуспели потомки талантливого немецкого конструктора Вильгельма Майбаха. Автомобиль оборудован всей мыслимой электроникой и изобилует техническими новинками. Красивые формы, роскошный дизайн, Maybach с достоинством отстаивает марку люксового автомобиля.

#### АНГЛИЙСКИЕ АРИСТОКРАТЫ

Как бы ни были мощны, роскошны и, естественно, безумно дороги «паганы», «феррари» и «майбахи», рядом с «роллс-ройсом» они смотрятся нуворишами. Титул «Лучший автомобиль мира», который Rolls-Royce носит уже более ста лет, позволит ему еще долго оставаться машиной королей и миллионеров.

Что ни год – на рынке появляются новые автомобили – элегантные, стремительные, легкие в управлении, оборудованные новейшей компьютерной техникой. Даже самое раскованное воображение

Rolls-Royce – это штучный товар, автомобильно-аристократический шедевр, надежность которого можно уподобить швейцарским часам.

На светском рауте одна недоверчивая леди, услышав дифирамбы в честь автомобилей Rolls-Royce, спросила Ройса (к этому времени он уже получил титул): «Но, сэр Генри, а что же будет, если фабрика в Дерби произведет хотя бы один неисправный автомобиль?» Сэр Генри немного подумал и ответил: «Мадам, этого просто не может произойти, потому что вахтер на воротах не выпустит за пределы завода ни одного неисправного автомобиля!»

И, действительно, все «роллс-ройсы», как в те далекие годы, так и сего-

## Бизнес-гостиница рядом с МВЦ «Крокус Экспо»



### Отель «Гостиный дом»\*\*\*

Москва, ул. Василия Петушкова, 25  
+7 (495) 948-98-10

[www.gdom.ru](http://www.gdom.ru)



# С китайским размахом



Кажется, еще совсем недавно слова «китайский автомобиль» и «китайский автопром» вызывали лишь снисходительные усмешки: какой там может быть автомобиль? Сделан на коленке из старых запчастей. Однако события последних нескольких лет стерли презрительные ухмылки с лиц скептиков, а ошеломляющий успех Пекинского автосалона показал: на рынок вышел мощный, сильный, хорошо подготовленный игрок.

## ПОРА УЧИТЬ КИТАЙСКИЙ?

Международный Пекинский автосалон, состоявшийся в апреле нынешнего года, сразу взял рекордную высоту: на него аккредитовались 10 тыс. журналистов. Если напомнить, что предыдущий рекорд держал Парижский автосалон (2,3 тыс.), то становится ясно, что в Китае происходит нечто особенное. На площади в 200 тыс. кв. м было представлено более тысячи новых моделей. Крупнейшие автоконцерны выбрали Пекин, чтобы устроить именно здесь мировые премьеры своих моделей – VW, Audi, Porsche, Maybach, Buick, Chevrolet, Mazda, Mercedes-Benz и др. В выставке приняли участие более 2 тыс. производителей из 16 стран мира, ее посетили около 1 млн гостей.

Как пишет британский журнал Autocar, все мировые автопроизводители «засели учить китайский». Автосалон в Пекине наглядно продемонстрировал их изменившееся отношение к китайскому рынку. Если состоявшийся незадолго до Пекина автосалон в Нью-Йорке был небогат на новинки, то в столице Поднебесной состоялись мировые премьеры 89 новых моделей (в том числе 65 концепт-каров), из них 75 предназначенных специально для местного рынка.



Что же происходит за Великой Китайской стеной? Ажиотаж не случаен – по итогам 2009 г. Китай стал крупнейшим автомобильным рынком в мире. В прошлом году здесь было продано 13,5 млн автомобилей (в 9 раз больше, чем в России, – 1,5 млн, и больше, чем в США, – 10 млн). В I квартале нынешнего года здесь реализовано более 4 млн машин, и это, как говорится, только начало. Неудивительно, что весь мировой автопром в лице своих лучших представителей наперегонки устремился в Китай.

Последние несколько лет китайский рынок переживает настоящий бум. Сейчас в стране ра-

ботает более 100 собственных автомобильных производств, не считая совместных предприятий. Каждая из компаний хочет захватить кусок огромного китайского рынка. Крупнейшие китайские производители – это FAW, Geely, Cheri, BYD, Great Wall. Кроме того, существует огромное количество более мелких местных автокомпаний, и все вместе они представляют огромную силу. На Пекинском автосалоне стало ясно: китайские компании заявляют о претензиях на мировое господство.

«Китай стал наиболее быстро растущим и самым важным автомобильным рынком в мире, несмо-



тра на влияние всемирного финансового кризиса, и сегодня мировые автогиганты рассматривают КНР в качестве источника собственного роста», – заявил на открытии салона его генеральный секретарь Ван Ся.

## С ВЕЛОСИПЕДА НА АВТОМОБИЛЬ

История автомобилестроения Китая берет начало в далеком 1953 г., когда при техническом содействии СССР был основан Первый автомобильный завод в провинции Цзилинь, где выпускался ЗИС-150. Производство легковых автомобилей стало развиваться только после начала реформ. Однако до середины 90-х годов XX в. всерьез говорить о китайском автопроме не приходилось. Бурный рост этой отрасли начался уже в нынешнем ве-

лее 44% автомобилей производят местные компании, остальные – совместные предприятия. По оценке консультационной компании «Маккинси», к 2030 г. автомобильное производство в Китае может увеличиться более чем втрое.

Первое совместное предприятие в КНР было учреждено в 1984 г. Шанхайской автомобильной корпорацией и компанией Volkswagen. К настоящему времени все крупные мировые автопроизводители – General Motors, Ford, Toyota, Daimler Chrysler, Nissan, Renault, Honda, BMW и др. – уже создали одно или более СП на территории КНР. Общий объем иностранных капиталовложений в автомобильную отрасль превысил 20 млрд долл.

Относительно низкие издержки производства в Китае предос-

По данным китайской статистики, при среднегодовых темпах прироста ВВП в 9,5% в 1995–2005 гг. производство автомобилей и запчастей ежегодно увеличивалось в среднем на 14%, а легковых автомобилей – на 24%. Общий объем производства автомобильной индустрии в 2010 г. составит 2,5% от ВВП.

Еще более высокими темпами растет экспорт автомобилей. Удельный вес продукции автомобилестроения в общем объеме экспорта вырос с 2,2% в 2005 г. до 2,5% в 2009 г.

Всего в КНР производится более 90 марок автомобилей, из них всего 20 имеют определенную известность в мире.

Уровень автомобилизации в Китае в сравнении с промышленно-развитыми странами пока очень низок – всего 2,4 автомобиля на 100 жителей. Это и обуславливает огромный интерес иностранных производителей к этому рынку: его потенциал огромен. Исходя из опыта развитых стран, специалисты считают, что в динамике спроса на легковые автомобили происходит резкий всплеск, когда ВВП на душу населения достигает 1000 долл. Китай уже вышел на этот уровень. Так что очередной «большой скачок» не за горами.

В 2010 г. количество автомобилей, находящихся в личном пользовании, должно достичь 55 млн шт.

## ЖДУТ ЛИ КИТАЙЦЕВ ЗА СТЕНОЙ?

Мировые автоконцерны находятся в двойственном положении: с одной стороны, они изо всех сил стремятся покорить китайский рынок, с другой – с обеспокоенностью смотрят, как машины Made in China покоряют их собственные рынки. Понятно, что рост экспорта китайских автомобилей затронул интересы производителей в других странах, где стали принимать срочные меры для отпора китайскому вторжению. Печальный опыт такого нашествия (текстиль, игрушки, электроника, калькуляторы и пр.) у европейцев и американцев имеется. Так что не исключено, что в ближайшие годы иностранные конкуренты будут создавать торговые барьеры для китайской автопродукции. Это, безусловно, будут нетарифные меры борьбы – китайские экспортеры столкнутся



ке. Пятидесятилетие своего автопрома в 2003 г. Китай отметил рекордом – выпустил 4,4 млн автомобилей и вышел на 4-е место среди стран – крупнейших автопроизводителей (после США, Японии и Германии). За прошедшие с тех пор годы уровень производства вырос втрое, Китай, опередив соперников, вышел по этому показателю на первое место в мире, а автомобилестроение из небольшой отрасли машиностроительного комплекса превратилось в базовую отрасль экономики страны.

В 2009 г. в Китае было выпущено 13,8 млн машин, из которых 10,4 млн – легковые, 3,4 млн – грузовые. Бо-

тавляют иностранным компаниям хорошую возможность для налаживания экспорта автомобилей китайской сборки в Японию, Европу и страны Юго-Восточной Азии.

В настоящее время большинство автомобилей, произведенных в Китае, здесь же и реализуются, экспорт в 2009 г. составил 370 тыс. шт.

В автомобильной отрасли Китая работает около 6,5 тыс. предприятий. В этом секторе производится продукции более чем на 170 млрд долл.

В автомобилестроении трудятся свыше 2 млн человек, а в смежных отраслях – еще 12 млн.

со сложностями при сертификации своей продукции, поскольку стандарты на внутреннем китайском рынке пока не соответствуют уровню других государств. Процедуры сертификации, принятые во многих странах, увеличат расходы китайских производителей.

Однако можно не сомневаться, что если китайцы поставили себе цель завоевать и этот рынок, они это сделают и со временем преодолеют и международную конкуренцию, и торговые барьеры. Японским и южнокорейским автопроизводителям, отличающимся не меньшей устойчивостью, потребовалось для этого 30 лет.

### ЧЕГО ИЗВОЛИТЕ?

Оценив преимущества и перспективы китайского авторынка, автоконцерны поспешили представить на Пекинском автосалоне не только свои новинки, но и модели, специально выпускаемые для китайских потребителей. Как выяснилось, они предпочитают удлиненные модели. Огромным спросом пользуются также минивэны. В Китае уже производят увеличенные Audi A6, BMW пятой серии, Mercedes E, Volvo S80. На автосалоне концерн Mercedes-Benz представил три мировые премьеры, в том числе специально для китайских покупателей новую, удлиненную, модель E-Class и Maybach нового поколения.

«Китай – это уникальный рынок, требующий того, чтобы модели автомобилей четко подходили к его нуждам, и каждая представленная модель на автосалоне демонстрирует наше стремление адаптироваться и меняться в соответствии с потребностями самой жизненно важной для нас клиентской базы», – эти слова произнес глава китайского отделения Mercedes-Benz Клаус Мейер накануне открытия автошоу.

Столь специфические вкусы потребителей объясняются традициями и культурой китайцев – здесь в почете большие, горизонтально разветвленные семьи. Несмотря на принцип «одна семья – один ребенок», здесь, как правило, живут вместе несколько поколений, и семья из 7–8, а то и больше человек – не редкость. Автопроизводители, приехавшие на Пекинский салон, это учитывают.

Китайский рынок ценен для иностранных покупателей в том числе и потому, что большинство моделей расходятся здесь огромными партиями, даже несмотря на очень высокие цены. По оценке производителей, это объясняется высоким потребительским спросом на автомобили.

Китайские производители представили на салоне 64 новых модели, в том числе впервые – внедорожник от компании BYD. Китайский производитель Geely, инвестировавший в прошлом году 1,8 млрд долл. в при-

реализации местных производителей не волнует – их закупят по указанию партии и правительства муниципалитеты и таксопарки.

### КАК ТАК ВЫШЛО?

Повышение конкурентоспособности автомобильной отрасли Китая на мировом рынке стимулируется правительством за счет содействия созданию совместных предприятий. Государственная политика нацелена на сворачивание отверточных производств, когда на заводах собираются



обретение шведского концерна Volvo, представил 11 новых моделей.

Порядка 30 моделей показала компания Chery.

Присутствие России на Пекинском автосалоне ощущалось только в одном виде: автомобиль марки Renault Formula-1 на стенде Renault с большой эмблемой «Лада».

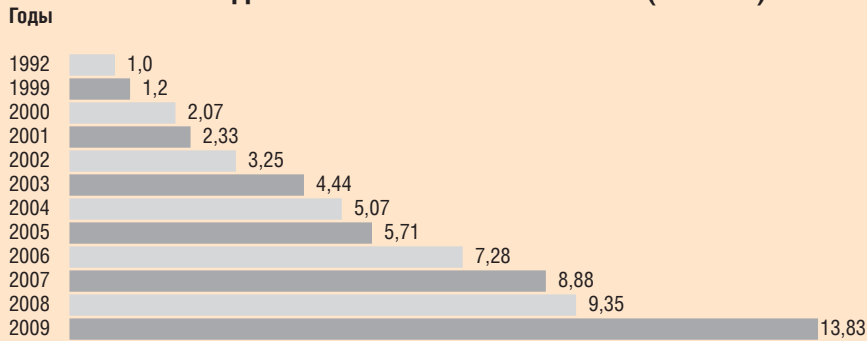
Автосалон проходил под девизом: «Для более экологичного завтра», поэтому особое место на нем заняли электромобили. Как говорят очевидцы, они были представлены практически на каждом стенде. Проблема

готовые автомобили из импортных деталей.

В соответствии с китайским законодательством автомобиль считается иностранным, если более 49% деталей произведено иностранными компаниями, что облагается высокими налогами. Это стимулирует совместные предприятия к ограничению импорта деталей и узлов, а вместо этого китайские предприятия осваивают производство компонентов по иностранной технологии. Эта ситуация весьма благотворно влияет на развитие китайской автомобиль-



## ПРОИЗВОДСТВО АВТОМОБИЛЕЙ В КИТАЕ (млн шт.)



**Китайская компания Geely выиграла мировой тендер на производство лондонских такси. Это новый такси-кэб, который будет поставляться в Лондон к Олимпиаде, он заменит старые такси-кэбы. Это машина, полностью удовлетворяющая требования лондонских такси, создана китайскими дизайнерами на полностью китайском предприятии**

ной промышленности. Теперь уже никто не сомневается в качестве материалов, частей и компонентов китайских авто.

Нарастивая экспорт, китайскому правительству вместе с тем удается сдерживать импорт готовых автомобилей, доля которого в объеме продаж на внутреннем рынке составляет всего около 5%. Это достигается за счет грамотной таможенно-тарифной политики. На импортные запасные части установлен пониженный таможенный тариф в размере 10–13%, пошлина на готовые автомобили – 25%, а ввоз в страну подержанных автомобилей запрещен полностью. Импортируются главным образом дорогие автомобили премиум-класса.

Высокие темпы роста в автомобильной промышленности и выход китайских производителей на мировой рынок говорит о том, что Китаю удалось создать конкурентоспособную отрасль, привлечь не только иностранный капитал, но и новейшие производственные технологии.

Ирина МУРАВЬЕВА



## ЯХТ-КЛУБ, РЕСТОРАН SHORE HOUSE В КРОКУС СИТИ

### Развлечения летом:

- бассейны с раздевалками и летним баром
- любительское мини-футбольное поле
- прокат яхт и катеров
- тест-драйв всех новинок от VOLVO по выходным
- пляжные вечеринки и многое другое

Зимой главная изюминка ресторана – большой открытый каток с зимним баром, где гостей согреют горячими блинами и глинтвейнами.

В холодное время года веранда Shore House становится теплой и уютной.

В меню ресторана представлена смешанная кухня: азербайджанская (тандыр, кебаб-меню, плов, свежая рыба), европейская и японская (суши и роллы).

Также имеется обширное кальянное меню.

ресторан «Shore House»

Тел.: +7(495)727-26-78

Адрес: Крокус Сити, Пересечение 66 км МКАД и Волоколамского шоссе





# Поедем в трамвае или возьмем «таксо»?



Этой осенью с 6 по 8 сентября на территории МВЦ «Крокус Экспо» впервые в истории российского выставочного бизнеса состоится евразийская выставка «ЭкспоСитиТранс-2010». В ее рамках пройдет первый Евразийский конгресс Международного союза общественного транспорта (МСОТ).

**М**еждународная выставка «ЭкспоСитиТранс-2010» целиком и полностью посвящена современному состоянию и развитию всех форм общественного транспорта в России, странах СНГ и Азии. Перевозчики, промышленные предприятия и администрации крупных городов этого региона уже давно поняли, насколько важную роль играет общественный транспорт в развитии экономики. Поэтому с энтузиазмом воспользовались возможностью продемонстрировать свои на-

работки и технологии, эксплуатационные решения, новую технику в сфере общественного транспорта. Это событие предоставляет профессионалам и промышленным предприятиям дополнительную возможность поделиться новыми идеями и реализовать свои бизнес-проекты.

Экспозиция предназначена для руководителей регионов и городов, отвечающих за социальное и экономическое развитие территорий, за политику в области экологии и улучшение качества жизни

населения, состояние и развитие городских пассажирских перевозок. Однако интересна она будет и специалистам в области организации и регулирования деятельности общественного транспорта, руководителям эксплуатационных транспортных предприятий, а также профессионалам в области градостроительства, землепользования и планирования транспортного развития и многим другим.

Первый Евразийский конгресс Международного союза общественного транспорта (МСОТ), ко-

торый пройдёт в рамках «ЭкспоСитиТранс-2010», выступает организатором выставки вместе с МВЦ «Крокус Экспо». Уникальность МСОТ заключается в том, что он объединяет около 3 тыс. городских и региональных компаний-операторов общественных пассажирских перевозок из более чем 90 стран мира. В состав МСОТ входят также органы власти и регулирующие, ответственные за развитие общественного транспорта в городах, промышленные предприятия и поставщики подвижного состава, транспортного оборудования и услуг, научно-исследовательские, проектные, консалтинговые организации и т.д. Выросший из организованного в 1885 г. Европейского объединения операторов трамвайных сетей, МСОТ сегодня представляет собой всемирную ассоциацию с огромным авторитетом. Ведь вопросы развития современного общественного транспорта постоянно выходят на первое место повестки дня местных и национальных администраций.

В этом году МСОТ впервые проводит конгресс и выставку в Евразийском регионе, т.к. Евразийская секция МСОТ была образована только в 2007 г. С тех пор количество мероприятий (конференций, семинаров и «круглых столов»), проводимых МСОТ, возросло в несколько раз.

Программа конгресса весьма разнообразна. В течение трех дней участники обсудят ключевые проблемы общественного транспорта в мире.

На открытии конгресса с приветственным словом к делегатам обратятся министр транспорта РФ Игорь Левитин, Председатель Комитета по транспорту Государственной Думы РФ Сергей Шишкарёв и Генеральный секретарь МСОТ Ганс Рат. Первый день конгресса начнется с пленарного заседания на тему: «Как сохранить жизнеспособность и конкурентоспособность наших городов? Общественный транспорт как движущая сила экономического и социального развития городов». Министр транспорта Московской области Пётр Кацыв, Генеральный

секретарь МСОТ Ганс Рат и вице-президент Российского союза промышленников и предпринимателей Виктор Черепов расскажут о перспективах развития общественного транспорта в Московской области, роли продукции для общественного транспорта в российской промышленности и необходимости своевременных инвестиций в общественный транспорт для сохранения конкурентоспособности городов.

Затем заседание продолжится сессией, посвященной контролю и регулированию спроса на такой вид инфраструктуры, как общественный транспорт. Главный инженер НИИПИ Генплана г. Москвы Михаил Крестмейн, генеральный директор «Метроэлектротранс» г. Казани Асфан Галявов, генеральный директор «Стамбул Улашим» Илдиз Омер и управляющий директор компании GSTC Градмир Стефанович поделятся своими соображениями о том, как вернуть общественному транспорту ведущую роль в обеспечении мобильности жителей городов и как снова сделать его привлекательным для пассажира. Параллельно участники смогут посетить семинар, посвященный актуальной сегодня теме безопасности в общественном транспорте, где своё мнение выскажут российские и зарубежные эксперты.

Второй день конгресса обещает быть самым насыщенным. Сначала состоится сессия, посвященная успешным примерам реализации политики интеграции всех видов и форм собственности общественного транспорта для создания удобных схем передвижения населения. Директор департамента транспорта Харьковского муниципалитета Евгений Водовозов расскажет об украинском опыте интеграции городских и общенациональных транспортных структур, генеральный директор Verkehrs- und Tarifverbund Томас Хашенбергер – об опыте Германии и генеральный директор «Хельсинкской транспортной компании» – об опыте Финляндии. Одновременно в другом зале состоится семинар на тему: «Чистый общественный транспорт: трамваи, троллейбусы, авто-

бусы – какой выбор будет лучшим для каждого города?», на котором спикеры из Белоруссии, Украины, Польши и России поделятся опытом интеграции общественного транспорта в сложившуюся городскую среду для создания более здоровых условий жизни в городе.

Такие актуальные темы, как «Необходимость прозрачных договорных отношений между операторами общественного транспорта и органами власти» и «Передовые методы финансирования инфраструктуры общественного транспорта», будут обсуждаться в рамках отдельных сессий.

Параллельно им пройдут два семинара. Один будет полностью посвящен теме развития метрополитенов в России и странах Европы и Азии. Кроме начальника Московского метрополитена Дмитрия Гаева своим опытом поделятся эксперты из Ирана, Германии и Болгарии. Второй семинар – «Интеллектуальные технологии для более эффективных сетей общественного транспорта» – будет включать в себя обзор новых разработок и технологий в данной области.

В третий, заключительный, день работы конгресса утром состоится пленарный «круглый стол» на тему: «Необходимость развития общественного транспорта для города Москвы, одного из крупнейших мегаполисов мира», где выступавшие ранее спикеры, а также все делегаты конгресса смогут высказать свое мнение по этому вопросу. Во время церемонии закрытия состоится подписание Московской хартии МСОТ о необходимости модернизации и развития систем общественного транспорта евразийских городов.

Организаторы «ЭкспоСитиТранс» – МВЦ «Крокус Экспо» и МСОТ – считают, что выставка и конгресс помогут расширить возможности сотрудничества на развивающемся рынке России и Азии. Они гарантируют участникам и посетителям максимальную деловую отдачу и профессиональное удовлетворение.

Елена КРЕМЕНЕЦКАЯ



# Наступить на пробку

Проблема автомобильных пробок существует не только в Москве, но и во многих других крупных городах мира. Причем там столкнулись с этой напастью гораздо раньше, поэтому и опыта по борьбе с ней побольше. В некоторых столицах проблему удастся решать более удачно, в других — менее, но попытки многочисленны и разнообразны.

Если систематизировать зарубежный опыт, то выяснится, что наступление на пробки идет с разных сторон. Во-первых, это совершенствование системы организации дорожного движения в целом; во-вторых — расширение и модернизация дорожного хозяйства; в-третьих, ограничение въезда в те или иные части города в определенные часы; в-четвертых, работа на уровне конкретного автомобиля, позволяющая ему не въезжать в проблемную зону.

## В БОРЬБЕ С ПРОБКАМИ ВСЕ СРЕДСТВА ХОРОШИ

Для решения транспортных проблем, особенно в крупных городах, ведется строительство сети внеуличных скоростных магистралей. Они берут на себя основную транспортную нагрузку по связи города с пригородной сетью дорог, позволяют «обходить» территории с высокой напряженностью движения.

Многие муниципалитеты решают «пробочные» проблемы за счет разукрупнения коммунально-складских и производственных зон (весьма актуальная тема для Москвы). Строительство объездных дорог, позволяющих исключить транзитное движение транспорта в городах, также способствует смягчению обстановки.

В то же время многие исследователи считают, что не менее действенной мерой является борьба с пробками на уровне отдельной машины. Так, во многих странах Европы и в Японии созданы системы слежения за состоянием дорог, которые передают сведения о загруженности пути прямо на приборную доску автомобиля. Водитель заблаговременно ви-



дит «узкие места» и пытается объехать их. (Японская «Хонда», например, снабдила 150 тыс. своих автомобилей системой спутниковой навигации, которая передает на центральный компьютер сведения о положении каждой машины и о цели поездки. А он, зная общее положение на дорогах, подбирает самый свободный маршрут персонально каждому водителю.)

Многие современные модели оснащаются функцией круиз-контроля. Это своего рода автопилот, поддерживающий заданную скорость машины. Если расстояние до следующей впереди машины становится опасно малым для данной скорости, она снижается. Подсчитано, что, если бы все машины на дорогах США были оборудованы этим устройством, число ежегодных столкновений уменьшилось бы на 12 тыс.

Во многих странах проводятся и организационные меры борьбы с пробками. Одним из вариантов является плата за стоянку в центре горо-

да и устройство перехватывающих стоянок рядом со станциями метро, остановками общественного транспорта (например, в Лондоне). В Стокгольме действует такая же система, но автоматизированная. Водитель устанавливает на своей машине «радиометку», которая при въезде в центр сообщит о себе одной из 16 станций контроля, окружающих центр города. Плата списывается с банковского счета водителя. Автомобили, не снабженные «радиометкой», учитываются видеокамерами с программой распознавания регистрационных номеров.

В борьбе с пробками все средства хороши. Поэтому в столицах и крупных городах придумывают всё новые и новые методы. Это может быть, например, электронная система оплаты проезда по скоростным дорогам в час пик. Кое-где применяют систему «карпул» (Carpool), при которой парк автомобилей находится в совместном пользовании сразу нескольких во-





торическую ценность. В тот момент, когда количество автомобилей стало неуклонно расти, город начали перестраивать и регулярно перестраивают до сих пор. Нью-Йорк славится квадратной планировкой, при которой у водителя всегда есть возможность объехать пробку по параллельной улице.

Поскольку Нью-Йорк был первым городом в мире, который столкнулся с проблемой пробок, здесь быстро поняли, что простое расширение улиц – бессмысленная трата времени и денег. Бесполезная затея была остановлена, а взамен нее над дорогами начали прокладывать транзитные магистрали, позволяющие быстро покинуть город. Разделение движения на местное и транзитное значительно разгрузило улицы.

В Вашингтоне способ борьбы с пробками прост: одна или несколько полос по середине дороги меняют свое направление в зависимости от загруженности в часы утреннего и вечернего трафика. Утром дорога расширяется по направлению к центру, а вечером – в противоположную сторону. Кроме того, в часы пик изменяются некоторые правила движения, например запрещается поворот налево. Этот способ применяют также в некоторых городах Европы и Австралии. Реверсивные полосы делают в узких местах дороги, не поддающихся расширению, но есть и многокилометровые трассы, на которых утром и вечером машины едут в разных направлениях.

Штраф за выезд на реверсивную полосу в Вашингтоне – 100 долл. Все дороги увешаны камерами наблюдения.

дителей. В США под «карпулом» понимают несколько иное: в часы пик утром и вечером для автобусов и легковых автомобилей с загрузкой более одного человека выделяют особые полосы движения (как правило, это левая полоса), что позволяет объезжать дорожные заторы. А поскольку наказание за нарушение правил дорожного движения там неотвратимо, то никто другой на эти полосы и не суется.

Большое внимание уделяется и развитию сети городского общественного транспорта: строятся новые станции метро, увеличивается протяженность маршрутов наземного общественного транспорта.

### КОГДА МОЛОДОСТЬ – НЕ ПОМЕХА

В двух самых крупных автомобильных городах мира – Нью-Йорке и Токио – нет тяжелого для современного мегаполиса багажа – исторической застройки. Экономическая столица США молода, а Токио практически полностью построен заново после жестокого землетрясения в начале прошлого века. Поэтому здесь основные методы борьбы с пробками – это платные парковки, платные дороги и тоннели. Но главное – их изначальная приспособленность к автомобильному движению.

Нью-Йорк не отягощен застройками, имеющими значительную ис-

движение остановилось и люди решали отказаться от поездки из-за пробок. Города получили следующие оценки (100 – максимально негативная): Пекин – 99, Мехико – 99, Йоханнесбург – 97, Москва – 84, Нью-Дели – 81, Сан-Паулу – 75, Милан – 52, Буэнос-Айрес – 50, Мадрид – 48, Лондон – 36, Париж – 36, Торонто – 32, Амстердам – 25, Лос-Анджелес – 25, Берлин – 24, Монреаль – 23, Нью-Йорк – 19, Хьюстон – 17, Мельбурн – 17, Стокгольм – 15.

**К**омпания IBM провела опрос 8192 автомобилистов в 20 городах мира и составила рейтинг городов по степени эмоционального напряжения и экономического ущерба, связанных с передвижением по городу. Самый благополучный город – Стокгольм, самая худшая ситуация – в Пекине. Москва стоит тремя строчками ниже столицы Китая, но зато на первом месте по числу автомобилистов (42%), которые более трех часов простаивают в пробках.

Исследователи IBM оценивали мегаполисы по 10 показателям. Учитывалось время в пути и время ожидания в пробках, а также согласие респондентов с утверждениями: цена на топливо стала слишком высокой, ситуация на дорогах ухудшилась, движение в режиме старт/стоп является проблемой, вождение автомобиля вызывает стресс, вождение вызывает раздражение, дорожные заторы негативно влияют на работу, ситуация на дорогах была настолько плоха, что

### ЛОНДОНСКИЙ ПРИМЕР

Те, кто был в Лондоне лет 10 назад и теперь, говорят, что транспортная ситуация в центре города изменилась кардинально. Пробки практически исчезли, а добраться до любого места в пределах исторического центра, включающего несколько районов, в том числе Сити, Вест-Энд, Вестминстер, Сохо и др., не составляет никакого труда – автобусы, в том числе и знаменитые двухэтажные «даблдэки», ходят с регулярностью и частотой метро.

В Лондоне введен платный въезд в центр. Если машина въехала, выехала или двигалась по будням с 7.00 до 18.30 внутри зоны, ее владелец должен до 22.00 оплатить ежедневный сбор, со-

до 10 фунтов, если не уплачено до полуночи следующего дня, владельцу машины отправляется по почте штраф — 50 фунтов, или почти 100 долл. Мера, как показывает практика, весьма действенная.

Сейчас опыт Лондона постепенно перенимают остальные европейские столицы.

### ПОЧТИ КОРРИДА

В Мадриде общая протяженность проезжей части составляет 3,5 тыс. км, и, по расчетам, на один автомобиль приходится лишь 3,5 м улиц и переулков. Так что оказаться в центре затора можно в любое время суток. Поэтому городское Собрание утвердило специ-

всюду на тротуарах установлены автоматические паркометры, которые выдают талоны на стоянку, обычно не более чем на два часа.

Под всеми основными площадями столицы – несколько этажей подземных стоянок. 1 час хранения автомашины здесь обычно обходится в 1 евро.

### ВЕЧНЫЙ ГОРОД РЕШАЕТ ВЕЧНУЮ ПРОБЛЕМУ

Зона ограниченного движения автомобилей в Риме – это часть исторического центра к востоку от Тибра площадью 4,6 кв. км. Номинально она была создана в 1989 г., но только с 1994 г. муниципальная полиция начала контролировать въезд в район.

Запрет действует в рабочие дни с 6.30 до 18.00, в субботу – с 14.00 до 18.00. Жители зоны могут въезжать туда бесплатно. Остальные, кому необходимо въезжать в зону по роду деятельности, например врачи с офисами в центре или сотрудники промышленных предприятий, должны доказать необходимость своего присутствия там в дневные часы, предоставить соответствующие

Столица Великобритании (около 7,5 млн жителей) обладает очень плотной сетью линий общественного транспорта и, возможно, самым большим в мире количеством единиц его подвижного состава в пересчете на число жителей. Одних только автобусов в регулярном сообщении – почти 7 тыс. единиц на 683 маршрутах. Протяженность линий старейшего в мире метрополитена (1863 г.) составляет около 400 км, он насчитывает 268 станций.



ставляющий 8 фунтов (более 360 руб.) Автобусы, микроавтобусы с лицензиями, мотоциклы, такси, велосипеды, машины аварийных служб и автомобили, работающие на альтернативных видах топлива, освобождены от оплаты. Жители зоны (136 тыс. чел.) платят 10% от общего тарифа. Сбор оплачивается либо через кассы магазинов, либо по телефону, либо с помощью Интернета и SMS-сообщений.

Передвижения в платной зоне контролируют 230 видеокamer, в том числе 180 на въездах и выездах, так что уйти от уплаты невозможно.

Изображение передается в центр обработки, где компьютер распознаёт номера. По истечении платежного срока компьютерная программа отсеивает неплательщиков. Если деньги не внесены до 22.00, оплата повышается

альную программу борьбы с пробками.

Главное внимание в ней уделяется развитию сети городского общественного транспорта: строятся новые станции метрополитена, увеличивается протяженность маршрутов наземного общественного транспорта.

Для автобусов и такси выделены специальные полосы движения, отгороженные защитными парапетами. Почти повсюду в центре Мадрида организовано одностороннее транспортное движение. Грузовикам доступ в центр города запрещен.

Утверждены планы строительства на ближайших подступах к городу 16 перехватывающих стоянок, рассчитанных на 50 тыс. машино-мест.

В пределах Малого Мадридского кольца парковка на обочинах улиц в рабочее время – только платная, по-

документы и заплатить за разрешение и дополнительно за парковку.

С 2001 г. большинство въездов в зону стала контролировать электроника. Вместе с официальным разрешением машина получает электронный бесконтактный пропуск. Въезжая в зону, машина проходит под контрольными воротами, больше похожими на обычный уличный фонарь, и датчики считывают данные пропуска. Штраф за разовый въезд без пропуска – 105 долл.

По официальным данным, после введения электронной системы контроля интенсивность движения в историческом центре снизилась на 20%. При этом на 6% выросла нагрузка на общественный транспорт. В целом ситуация пока устраивает и власти, и жителей Вечного города.

Ирина МУРАВЬЕВА

ВЫСТАВКИ

MVK

[www.mvk.ru](http://www.mvk.ru)



# В паутине БОЛЬШОГО ГОРОДА



Городской общественный транспорт появился в XIX веке. И чуть ли не с самого рождения превратился в проблему – для городских властей, пешеходов и, прежде всего, для самих пассажиров. При этом на протяжении почти двух веков его существования так и не удалось найти однозначного решения проблемы.

**Б**ольшинство городов, возникших сотни лет назад, не приспособлены к современным видам транспорта. Впрочем, и создатели новостроек едва ли в состоянии учесть, как и по каким путям будет развиваться транспорт будущего. В результате нынешняя транспортная сеть – это нечто эклектичное, несовершенное, выстроенное с множеством допусков и компромиссов, а главное – не устраивающее ни владельцев личного транспорта, ни пассажиров общественного.

## ПО ЗАВЕТАМ ПАСКАЛЯ

Автором идеи городского общественного транспорта считает-

ся французский ученый Блез Паскаль. Однако в 1661 г., когда она была им обнародована, ее, скорее всего, сочли очередной причудой гения. Настоящая потребность в таком транспорте возникла значительно позднее – в последней четверти XVIII – начале XIX века в связи с развитием городов и расширением их границ. Первенцами зарождающейся отрасли стали «линейки» – двухэтажные возы-вагончики на конной тяге, которые передвигались со скоростью 10 км/час. Кстати, в Санкт-Петербурге такая «линейка» появилась в 1854 г.

Во второй половине XIX столетия «линейки» сменили конки.

Все те же лошади везли теперь вагончики по рельсам. И хотя скорость конки была выше, а вагон вмещал до 40 пассажиров, едва ли это можно было назвать качественным скачком в развитии общественного транспорта.

Он произошел позднее, в первой четверти XX в., но предпосылки его возникли многими годами ранее. В 1863 г. в Лондоне была пущена первая линия метрополитена. Ее протяженность составляла 3,6 км, и работала она на паровой тяге. Предприимчивые американцы уже через пять лет открыли метро в Нью-Йорке. Правда, сначала это была надземка. На европейском континенте старейшими яв-

ляются метрополитены Будапешта (1896 г.), Вены (1898 г.), Парижа (1900 г.), Берлина (1902 г.) и Гамбурга (1912 г.). Сегодня подземные поезда курсируют под сотнями городов, а суммарная протяженность линий составляет десятки тысяч километров.

Но еще быстрее развивалось трамвайное сообщение, хотя и здесь не обошлось без мучительных экспериментов. Были попытки снабдить трамвай паровым двигателем, затем его заменили на канатную тягу, но тут как раз подошли работы русского ученого Пироцкого и немца Сименса, что и привело к открытию в 1881 г. первой пассажирской электрической линии между Берлином и Лихтерфельдом.

А в 1882 г. трудами того же Вернера фон Сименса в предместье Берлина был пущен первый троллейбус. Автор назвал его «electromote». До совершенства ему было далеко – контактные провода располагались на достаточно близком расстоянии, и от сильного ветра часто происходили короткие замыкания, – но мечта о безрельсовом электрическом транспортном экипаже обрела жизнь.

Реализация идеи автобуса потребовала куда больше времени. Самый первый в мире автобус изготовил в 1801 г. англичанин Ричард Тревитик. Это была машина с паровым двигателем, которая могла перевозить 8 пассажиров. А вот двигатель внутреннего сгорания у автобуса появился лишь в 1894 г. на германском заводе «Бенц». Он развивал скорость до 15 км/час, курсируя между городами Зиген, Нетфен и Дойц.

В общем, все четыре наиболее сегодня популярных вида общественного транспорта распространились по миру в один сравнительно короткий исторический промежуток. Однако куда важнее было то, что в это же время на дороги выкатился их главный конкурент – автомобиль, создав тем самым не разрешенную до сих пор транспортную проблему: либо вести курс на тотальную автомобилизацию населения и искоренение общественного транспорта

как создающего помехи в движении индивидуальных авто, либо, напротив, объявить личный автомобиль главным злом и всемерно развивать сеть общественного транспорта.

### ТРАНСПОРТНЫЙ КОЛЛАПС

Возможно, поначалу транспортная проблема не слишком ощущалась. А в некоторых странах – в основном социалистического лагеря, где личный автомобиль долгое время был роскошью, – с ней столкнулись только к концу XX века. Но так или иначе однажды она стала головной болью мэрий всех мегаполисов и проживавших в них жителей. Вдруг оказалось, что слетать в соседнюю страну можно быстрее, чем добраться из одного конца города в другой. Что пешеход куда мобильнее, чем бесконечно стоящие в пробках автобусы, троллейбусы и автомобили. Что у самых богатых муниципалитетов нет средств, чтобы бесконечно расширять улицы, строить развязки и автомобильные стоянки.

И не то чтобы транспортный кризис разразился неожиданно – его предсказывали, о нем писали и говорили, – но ответа на поставленные вопросы ни у кого не было.

Существовали, конечно, достаточно экзотические предложения – провести над крышами домов монорельсовые дороги, упрятать наиболее загруженные транспортпроводы под землю, построить повсюду вертолетные площадки, – но, понятно, всерьез их никто даже не рассматривал.

В результате к началу XXI столетия по всем видам транспорта, действующего в среднестатистическом мегаполисе, сложилась весьма грустная картина, из которой выпадал, пожалуй, только один метрополитен. Он способен перевозить по одной линии 40–45 тыс. человек со скоростью 35–50 км/час. Но его строительство чрезвычайно дорого (70 млн долл. за 1 км линии глубокого залегания, 40 млн – мелкого залегания), и без серьезных государственных дотаций практически невозможно. Именно финансовые ограни-

чения не позволяют расширять его соответственно потребностям города.

Трамвай может перевезти за час по одному маршруту 12–18 тыс. пассажиров, но с допотопной скоростью 18–20 км/час, да и маневренность его ограничена. Столь же медленно движутся и троллейбусы, а пассажиров берут меньше – 5–10 тысяч. Скорость автобуса в городе – 18–25 км/час, а поднять «на борт» он может 2,5–8 тыс. человек. И, наконец, маршрутное такси, на которое когда-то возлагали большие, но так и не оправдавшиеся надежды, – 4,5 тыс. пассажиров при скорости 22–25 км/час.

Специалисты, давая характеристику городскому транспорту, обязательно упоминают мини-метро, скоростной (подземный) трамвай, фуникулер, движущийся тротуар и монорельс. У каждого из них свои преимущества и свои недостатки, главный из которых тот, что все они относятся к вспомогательным видам транспорта.

Монорельс, как считают ученые, наиболее перспективен. Стоимость сооружения монорельсовой дороги меньше стоимости устройства других внеуличных видов транспорта, эксплуатационные расходы на 20% ниже, чем у трамвая. Однако идея проложить монорельсовые пути через кварталы, имеющие историческую или архитектурную ценность, покажется бредом даже самому ярому стороннику прогресса.

### ДОСТАВКА С ГАРАНТИЕЙ

И все же нынешняя ситуация безвыходная. Что-то можно сделать уже сейчас. Большинство городов довольно легко разделить на две зоны. Это деловой центр с большим количеством общественных организаций и, соответственно, большим пассажиропотоком не только в часы «пик» и остальная часть города, которая имеет относительно низкую плотность населения и малый пассажиропоток во внепиковые часы.

Деловой центр может обслу-



### ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ, ЧТО...

**К**оличество электромобилей на дорогах Германии должно достичь 1 млн – таково намерение немецкого правительства. А концерн Volkswagen собирается помочь в этом государству. В том числе с помощью показанного недавно концепт-кара Volkswagen Golf blue-e-motion.



**С**амая длинная автомобильная пробка протяженностью около 200 км была зафиксирована на автострате между Парижем и Лионом в



1980 г. Другая, чуть более короткая, образовалась в 1993 г. около Гамбурга. Ее длина составила 180 км.

живаться автобусами, троллейбусами, трамваями, маршрутными такси без допуска индивидуального транспорта. Обслуживание пассажиропотока на остальной территории города осуществляется по так называемой системе гарантированного обслуживания населения (ГОН). Она сочетает высокое качество обслуживания по принципу «от двери до двери» с тарифами в 3–4 раза ниже, чем при перевозках на такси, поскольку для ГОН используют автобусы и микроавтобусы.

Система ГОН является альтернативой индивидуальному транспорту (пассажиры, имеющий свой личный автомобиль, может сделать выбор), снимает часть негативных проблем, присущих массовому общественному транспорту. Она более комфортабельна и дает возможность осуществлять движение по оперативному гибкому графику в зависимости от спроса.

ГОН эффективно используется как вспомогательная или альтернативная система для подвоза пассажиров к станциям метрополитенов и электропоездов, вокзалам и т.д., для замены обычных автобусных маршрутов во внепиковые часы с увеличенным интервалом движения, в вечерне-ночное время, нерабочие дни для незагруженных направлений.

Заказы на перевозки делаются за сутки с домашнего телефона или со специально оборудованных телефонизированных остановочных пунктов. Поскольку заказы контролируются центральным диспетчерским пунктом, имеющим связь с каждым водителем, последний может оперативно изменять маршрут, чтобы забрать нового пассажира.

Несомненное преимущество системы ГОН в том, что при доставке «от двери до двери» горожанин сокращает время на подход к остановочным пунктам, а то и садится на автобус прямо у своего дома. И, что немаловажно, гарантируется время доставки пассажира. Системы ГОН получили широкое распространение в США, Канаде, Англии, Франции, Германии, Швеции, Финляндии, Японии и некоторых странах Южной Америки.

Наиболее эффективно комбинированное сочетание системы ГОН с обычным автобусным движением. Безусловно, система ГОН – не идеальна. Но, по крайней мере, она дает возможность хоть немного разгрузить города, предоставляет на какое-то время передышку, которую можно использовать для подготовки к решению грядущих проблем. А они, конечно, будут...

Андрей ВАСИЛЬЕВ





## ТРАНСПОРТ И ЛОГИСТИКА

Выставка, организатор	Время проведения	Место проведения	Контакты
<b>THAILAND INTERNATIONAL LOGISTICS FAIR</b> Thai Trade Fair	7–11.10.10	Таиланд Бангкок	www.thaitradefair.com; tiidf@depthai.go.th тел. +66 (02) 511 6020; факс +66 (02) 511 6008 10
<b>TRANSAFX</b> Expotrade Australia	20–22.10.10	Австралия Аделаида	www.expotrade.net.au; info@expotrade.net.au тел. +61-3-98639288; факс +61-3-98639268
<b>ROTRA</b> Targi Kielce	20–22.10.10	Польша Кельце	www.targikielce.pl; biuro@targikielce.pl тел. +48 41 365 12 22; +48 41 345 62 61
<b>МЕЖДУНАРОДНЫЙ АВТОТРАНСПОРТНЫЙ ФОРУМ</b> Продвижение	25–28.10.10	Россия Москва	www.maf-expo.ru; maf@armedia.ru тел. +7 (495) 781-54-24; факс +7 (495) 781-54-26
<b>СКЛАД, ТРАНСПОРТ, ЛОГИСТИКА</b> ЗАО «Экспоцентр»	25–28.10.10	Россия Москва	www.expocentr.ru; centr@expocentr.ru тел. +7 (495) 255 37 99; факс +7 (495) 205 72 10
<b>LOGISTICS + ICT ASIA</b> Hannover Fairs China Ltd.	26–29.10.10	Китай Шанхай	www.hfchina.com; winson.wu@hfchina.com тел. +86 21 5045 6700; факс +86 21 5045 9355
<b>TRAFIC</b> Ifema (Feria de Madrid)	27–30.10.10	Испания Мадрид	www.ifema.es; infoifema@ifema.es тел. +34 91 722 50 74; факс +34 91 722 58 01
<b>EUROBUS EXPO</b> Expo Management Ltd.	2–4.11.10	Великобритания Бирмингем	www.expom.co.uk; info@expom.co.uk тел. +44 01926 888123; факс +44 01926 825713
<b>VIET TRANSPORT</b> IIR Exhibitions Pte Ltd.	4–5.11.10	Вьетнам Ханой	www.iir-eitgroup.com; sharon.lim@iir.com.sg тел. +65 6319 2668; факс +65 6319 2669
<b>TRANSPQUIP LATIN AMERICA</b> TranspoQuip Latin America	10–12.11.10	Бразилия Сан-Паулу	www.transpoquip.com; info@transpoquip.com тел./факс +55 21 3717 4719
<b>CRTS CHINA</b> H&Z Media	18–20.11.10	Китай Пекин	www.hnzmedia.com; Laurence.ni@hnzmedia.com тел. +86 21 51013108; факс +86 21 51013044
<b>ДОРОГА</b> MBL «Крокус Экспо»	22–25.11.10	Россия Москва	www.crocus-expo.ru; artamonov@crocus-off.ru тел./факс +7 (495) 983-06-78
<b>MANUTENION EQUIPEMENTS &amp; SYSTEMES</b> Comexposium	22–25.11.10	Франция Париж	www.comexposium.com; infos@exposium.fr тел. +33 (0)1 76 77 11 11; факс +33 (0)1 76 77 11 12
<b>CITY LOGISTICS EXPO</b> PadovaFiere spa	24–26.11.10	Италия Падуя	www.padovafiery.it; info@padovafiery.it тел. +39 049 840 111; факс +39 049 840 570
<b>TRANSP-TECH</b> ACG-ITF	25–28.11.10	Египет Каир	www.acg-itf.com; info@acg-itf.com тел. +20 2 75 38 401; факс +20 2 75 38 323
<b>INTERMODAL TRANSPORT &amp; LOGISTICS</b> Informa	30.11–2.12.10	Нидерланды Амстердам	www.informa.com; headoffice@informa.com тел. +41 417232541; факс +41 417232542
<b>CEMAT INDIA</b> Deutsche Messe AG Hannover	15–18.12.10	Индия Мумбай	www.messe.de; info@messe.de тел. +49 (0)511 89 0; факс +49 (0)511 89 32626
<b>MARITIME SECURITY EXPO USA</b> E.J. Krause & Associates, Inc.	11–12.1.11	США Нью-Йорк	www.ejkrause.com; ejkinfo@ejkrause.com тел. +1 (301) 493-5500; факс +1 (301) 493-5705
<b>LOGICON EUROPE</b> WBR	1–3.2.11	Бельгия Брюссель	www.wbr.co.uk; pives@wbr.co.uk тел. +44 (0)20 7368 9400; факс +44 (0)20 7368 9401
<b>LOGIMAT</b> Euroexpo Messe- und Kongress-GmbH	8–10.2.11	Германия Штутгарт	www.euroexpo.de; info@euroexpo.de тел. +49 (0) 89 3 23 91 253; факс +49 (0) 89 3 23 91 246
<b>EURORAIL</b> Terrapinn Pte Ltd.	23–25.2.11	Германия Берлин	www.terrapinn.com; enquiry.au@terrapinn.com тел. +61 2 9005-0700; факс +61 2 9281-3950
<b>TRAFFEX</b> Brintex Ltd.	29–31.3.11	Великобритания Бирмингем	www.brintex.com; w.broadfoot@hqluk.com тел. +44 (0)20 7973 6401; факс +44 (0)20 7233 5054
<b>SITL EUROPE</b> Paris Expo Porte de Versailles	29–31.3.11	Франция Париж	www.viparis.com; communication@viparis.com тел. +33 (0)1 40 68 22 22; факс +33 (0)1 40 68 20 06
<b>IRF</b> FFT (Foro del Ferrocarril y del Transporte)	5–7.4.11	Испания Мадрид	www.railforum.net; info@railforum.net тел. +34 91 351 95 00; факс +34 91 351 75 01
<b>SEA-ASIA</b> Seatrade Communications Singapore Pte Ltd	12–14.4.11	Сингапур	www.seatrade-global.com; info@seatrade-asia.com тел. +65 6294 2280; факс +65 6294 2780
<b>TRANSRUSSIA</b> ITE LLC MOSCOW	24–29.4.11	Россия Москва	www.ite-expo.ru; helqa@ite-expo.ru тел. +7 (495) 935 7350; факс +7 (495) 935 7351
<b>CEMAT</b> Deutsche Messe AG Hannover	2–6.5.11	Германия Ганновер	www.messe.de; info@messe.de тел. +49 (0)511 89 0; факс +49 (0)511 89 32626
<b>TRANSPORT LOGISTIC</b> Messe Munchen	10–13.5.11	Германия Мюнхен	www.messe-muenchen.de; newsline@messe-muenchen.de тел. +49 (89) 9 49-2 07 20; факс +49 (89) 9 49-2 07 29
<b>TRASCASPIAN</b> Iteca Caspian Ltd	31.05–03.6.11	Азербайджан Баку	www.iteca.az; office@iteca.az тел. +994 12 4474774; факс +994 12 4478998
<b>SITL DUBAI</b> Reed Exhibitions – FZ-LLC	5–7.6.11	ОАЭ Дубаи	www.reedexpo.ae; leonard.leccoq@reedexpo.ae тел. +971 (2) 444 6113; факс +971 (2) 444 3768
<b>S.I.L.</b> Fira de Barcelona	7–10.6.11	Испания Барселона	www.firabcn.es; info@firabcn.es тел. +34 93 233 20 00; факс +34 93 233 21 98
<b>TRANSPORT A LOGISTIKA</b> BVV Trade Fairs Brno	14–18.9.11	Чехия Брно	www.bvv.cz; info@bvv.cz тел. +420 541 152 960; факс +420-541 153 044

# Империя, которую

История Honda – типично японская. Ни в одной другой стране мира основатель огромной промышленной империи, включающей сегодня 120 предприятий, расположенных в 33 странах, – Соичиро Хонда – не смог бы добиться за столь короткое время столь поразительных успехов.



## ОДИН ПРОЦЕНТ УСПЕХА

«Уникальный, самый блестящий предприниматель в автомобильной промышленности после Генри Форда». Это о Соичиро Хонда, родившемся в 1906 г. в деревне Комио, что в префектуре Сизуока, в бедной семье сельского кузнеца. Они жили настолько тяжело, что пятеро из его братьев и сестер умерли еще в младенчестве от хронического недоедания. Средств у родителей хватило только на то, чтобы мальчик закончил восемь классов. С тех пор Соичиро нигде систематически не учился, что не помешало ему много лет спустя получить почетное звание доктора наук в Мичиганском университете.



Начальные навыки обращения с простейшими механизмами Соичиро получил в кузнице отца. И быть бы ему таким же безвестным мастером, если бы не всепоглощаю-



щая мечта, связанная с ранним детским воспоминанием. Вот что он писал в своей биографии: «Забыв обо всем на свете, я бежал за машиной... Я был глубоко взволнован... Я думаю, что именно тогда, хотя я был совсем маленьким, у меня родилась идея, что когда-нибудь я сделаю машину сам».

Он хотел делать машины, а в родной деревне мог рассчитывать лишь на ремонт плугов или в лучшем случае велосипеда. Поэтому в 1922-м он уезжает в Токио, где ему удается устроиться учеником в автомастерскую. Шесть лет прилежного ученичества, шесть лет самоограничений во всем, позволили Соичиро скопить деньги, чтобы в 1928 г. открыть мастерскую на родине. Но не это было главным. Куда важнее, что в том же году ему удалось зарегистрировать свое первое из сотен будущих изобретений. Он предложил заменить деревянные спицы в автомобильном колесе металлическими.

Это было предельно простое решение, дающее колоссальный эффект. И в дальнейшем для каждой технической или маркетинговой задачи он искал наиболее простой и максимально эффективный ход.

Однако потребовалось десять лет работы, прежде чем имя Соичиро Хонда стало известно в промышленных кругах.

«Многие люди мечтают об успехе. Я считаю, что успех может быть достигнут только через повторяющиеся неудачи и самоанализ. Фактически успех – это только 1% вашей работы, а остальные 99% – это неудачи», – сказал впоследствии Соичиро.

В 1938 г. с помощью профессора местного технологического института Такаси Тасиро он создал новое поршневое кольцо. Это дало возможность открыть собственную фабрику по их производству, чем Соичиро и занимался всю войну, пока в ее конце здание не попало под американскую бомбардировку. Фабрику пришлось закрыть. Соичиро Хонда был разорен, впрочем, как и вся Япония.

Однако сидеть без дела этот человек не мог, да и надо было как-то выживать. Выход подсказал случай, который всегда благоприятствует тем, кто не опускает руки. Однажды Соичиро, которому надо было съездить за город, обнаружил, что бензобак машины





# построил Хонда



пуст. Денег на бензин не было, и тогда он придумал к велосипеду маленький моторчик, выброшенный американскими солдатами. Заправлять его можно было керосином, запас которого, к счастью, имелся.

Новое средство передвижения оказалось экономным, достаточно быстрым и несложным в обслуживании. Тут же последовали заказы от друзей, а потом и от людей посторонних. В результате в 1946 г. Соичиро Хонда основал компанию Honda Technical Research Institute, которая занялась выпуском двухтактного двигателя A-type объемом 50 куб. см, а через год это небольшое производство стало фирмой Honda Motor Company, специализирующейся на выпуске мотоциклов.

## ЛИНИЯ ДОДЖА И ПРИНЦИПЫ ХОНДА

После войны экономика Японии оказалась разрушенной. В стране бушевала инфляция. Спекулянты взвинчивали цены. Деятельность правительства ограничивалась лишь распределением помощи, получаемой от США. В общем, положение было критическое. И тогда два американца – банкир Дж.Додж и знаток налогов К.Шоуп взяли за создание нового экономического курса для Японии.

7 марта 1949 г. на пресс-конференции Дж. Додж заявил: «Японская экономика стоит на двух ходулях. Одна из них — это американская помощь, другая — субсидии японского правительства. Если эти ходули сделать слишком высокими, с них можно упасть и поло-

мать зубы. Поэтому их нужно укоротить».

«Укорачивание» выразилось в разработке антикризисной программы, впоследствии получившей название «линия Доджа». Она была ориентирована на создание сбалансированного государственного бюджета на основе сокращения всех видов государственных субсидий. Японскому правительству впредь запрещалось производить субсидирование за счет средств, получаемых от продажи американских товаров.

В соответствии с рекомендациями К.Шоупа были резко снижены ставки налогов на имущество, на доходы юридических лиц и на сверхприбыли при одновременном перенесении центра тяжести на подоходный налог с понижением не-





облагаемого минимума и расширением численности плательщиков. Вместо множественных курсов иены был введен единый в размере 360 иен за 1 долл. Был создан Эквивалентный фонд, который предназначался для кредитования под американским контролем приоритетных отраслей экономики. Таким образом были сделаны важные шаги к восстановлению мирной экономики. И первыми на эти меры откликнулись малые и средние предприятия, которые в послевоенной Японии составляли значительную часть хозяйства страны.

А поскольку ко всему этому добавлялось японское трудолюбие, дисциплина, преданность интересам фирмы и фантастическое желание перенимать все новое и осваивать новую технику и технологии, предприятия, подобные Honda Motor Company, стали расти как грибы после дождя. Правда, многие так же быстро разорялись. Но с приходом на завод Хонда блестящего специалиста по управлению и продажам Такео Фудзисава эта опасность молодой фирме уже не грозила.

В 1949 г. компания выпустила свой первый мотоцикл Dream. «Мечта», надо признать, не отличалась размахом. Мотоцикл был оснащен двигателем объемом всего 98 куб. см. Но он пользовался успехом у японцев. А уже на следующий год на новом заводе в Токио начали выпуск мотоцикла Dream

Type D, который в 1951 г. был заменен на Dream Type E. Он развивал «бешеную» скорость в 70 км/ч. Через два года Соичиро открывает еще два завода, начинает экспортировать скутер Juno K-type в США. Акции Honda Motor выходят на Токийскую биржу, а команда компании впервые принимает участие в международных гонках в Бразилии и в Великобритании.

В общем, новость следовала за новостью, и почти каждая была приятной. Оговорка «почти» не случайна. В 1952 г. банк отказался дать Соичиро кредит в 5 млн иен, сославшись на то, что «банк не может доверять шутам гороховым».



Соичиро Хонда действительно был экстравагантным человеком, который на самых серьезных переговорах мог выкинуть такое, что их участники не знали, как реагировать. Может быть, поэтому незамеченной для прессы прошла поездка Соичиро в Европу, где он с присутствующей ему тщательностью знакомил-

ся с автомобильной промышленностью. Между тем это было отнюдь не простое любопытство. Деревенский самоучка готовился к принятию очень важных решений.

Стремительно развивавшаяся компания требовала новых управленческих подходов. Были разграничены функции подразделений, занимавшихся исследованиями, и подразделений, занятых производством. Исследовательский центр Honda Motor получил автономный статус, в нем отказались от управленческой пирамиды. Продвижение по службе зависело только от личных достижений. Такая система была призвана растить собственных гениев, которые должны рано или поздно возглавить компанию.



Кстати, тот факт, что ни Хонда, ни Фудзисава не намеревались передавать ее наследникам, сыграл важную роль при получении компанией долгосрочных банковских кредитов – банкиры были уверены, что дело перейдет в руки высококвалифицированных специалистов. Квинтэссенцией новых подходов к менеджменту и производству стали провозглашенные Хонда «Принципы компании»: создание новых рынков, участие всех работников в управлении, интернационализация производства, решение технических и прочих проблем без оглядок на прецеденты, традиции и общепринятые мнения

В 1955 г. компания Соичиро, уничтожив нескольких конкурентов, стала лидером по выпуску мотоциклов в Японии. Но и этого ей было мало. В кратчайшие сроки были открыты новое производство на Тайване, представительство в ФРГ и центр сборки в Бельгии. В 1961 г. объем продаж мотоциклов

Honda достигает 100 тыс. в месяц. И только тогда наступило время первого автомобиля.

### «ЛУЧШИЕ ЛЮДИ ЕЗДЯТ НА «ХОНДЕ»»

Рекламная кампания, прошедшая под этим девизом, обошлась Соичиро Хонда в 5 млн долл. Но деньги были потрачены не зря. До-



верие, которое покупатели испытывали к мотоциклам Honda, они легко перенесли на первый автомобиль компании – небольшую спортивную модель S500, к выпуску которой фирма приступила в 1963 г. Правда, не обошлось без скандала. Министерство международной торговли и промышленности официально предупредило Соичиро, что Япония не нуждается в еще одном автопроизводителе. Но времена были не те: Хонда проигнорировал фактический приказ прикрывать новое производство. Более того, вслед за автомобилем он сразу же выпустил и легкий грузовик T360.

Соичиро был, несомненно, гениальным конструктором: следовавшие друг за другом модели пользовались у покупателей колоссальным успехом. Не в последнюю очередь спросу на его машины способствовали и победы команды Honda в «Формуле-1», где она неоднократно брала Гран-При. А в «Формуле-2» в 1966-м она победила 11 раз! Это был мировой рекорд.

1972-й биографы называют «годом признания Соичиро Хонда». С появлением модели Civic его компания стала считаться лучшим производителем компактных недорогих качественных автомобилей. На следующий год в зените славы Соичиро ушел в отставку. Но только формально. Вместе с другом и ближайшим соратником Такео Фудзисава они становятся верховными советниками при новом президенте Кийоши Кавашима. Окончательное решение любого важного вопроса – за ними, что они и продемонстрировали в 1974 г.

Японию тогда накрыл нефтяной кризис. В качестве защитной меры все автопроизводители снизили объемы производства. Но не Хонда. Он не признавал поражений и мог рискнуть всем ради своих убеждений. По его распоряжению выпуск автомобилей увеличили в два раза, а цены снизили. Политики, чиновники, экономисты дружно объявили его сумасшедшим. Вот тут-то ему припомнили и отсутствие образования, и авантюрный стиль ведения бизнеса, и распри с министерством. Травля продолжалась до тех пор, пока автомобилестроительные компании не объявили результаты года. Toyota и Nissan закончили его с 40%-ым снижением продаж. Honda подняла их на 76%. И заключительным аккордом, добившим недоброжелателей, стало присвоение Соичиро Хонда почетной докторской степени в Мичигане.

В 1976-м выходит новая модель – Accord, а общий выпуск автомоби-



ля Civic превзошел 1 млн экземпляров. В 1980 г. Honda вошла в тройку крупнейших японских автопроизводителей.

В 1991 г. Соичиро Хонда умер. Из жизни ушел талантливый кон-



структор, блестящий организатор, азартный и смелый бизнесмен. При всем этом он оставался очень скромным человеком, был всегда открыт для новых идей и новых людей. Для него его машины были куда важнее финансового успеха. «Санди Таймс» писала о нем: «Точность технических решений Хонда, похожих на работу ювелира, изумляла каждого инженера». Техника, которую он создавал, была максимально дружелюбна и по отношению к человеку, и по отношению к природе. И что немаловажно: ему потребовалось всего 50 лет, чтобы превратить полукустарную мастерскую в современную разветвленную систему производства, основанную на самых последних достижениях науки.

Honda сегодня – это не только десятки заводов и исследовательских лабораторий, не только мотоциклы, автомобили, силовые установки, лодочные моторы. Это еще и самые экологически чистые двигатели, спецтехника, роботы, навигационная техника и многое другое, без чего немислим современный мир. Словно подводя итог жизни, Соичиро Хонда сказал о себе: «Оглядываясь на свою работу, я чувствую, что делал ошибки, серии промахов, серьезные упущения. Но я горжусь и достижениями. Хотя я делал одну ошибку за другой, мои ошибки и неудачи никогда не возникали по одним и тем же поводам».

Андрей ВАСИЛЬЕВ



# ВЫСТАВКИ, КОНГРЕССЫ, ФОРУМЫ



Конгрессно-выставочный центр Бахрейна (Bahrain International Exhibition & Convention Centre (BIECC)) успешно закончил 2009 г., заключив контракты на проведение 139 выставочных мероприятий, это на 11% больше, чем в 2008 г. Среди новых выставочных проектов BIECC – Bahrain International Natural Health Products & Green Expo и Work Boat Gulf Bahrain, организованные компанией из Мельбурна (Австралия) Baird Publications, а также собственный проект BIECC – International Food and Hospitality Expo. По сравнению с 2006 г., когда в BIECC было проведено всего 48 мероприятий, в прошлом году их количество увеличилось на 223%. При этом число посетителей в 2009 г. составило 397 тыс., что несколько больше показателя 2008 г. – 385 тыс.

После 10 лет организации выставок в Европе компания International Converting Exhibition (ICE) выходит на выставочный рынок Америки. Новое подразделение компании – ICE USA будет заниматься выставками, посвященными полиграфии и производству фильмов. Выставки ICE USA обещают стать перспективными площадками для организации масштабных шоу и демонстрации инновационной продукции. Представители компании считают, что в условиях современной экономики развитие таких редких выставочных тематик востребовано как никогда.

Компания ADNEC (Abu Dhabi National Exhibitions Company) объявила о начале строительства Al Ain Convention Centre в Аль-Айне, ОАЭ. Проект должен обойтись компании в 700 млн евро. Расположенный возле популярного квартала Аль-Джами, новый конгресс-центр обещает стать стратегически важным объектом для развития бизнеса в ОАЭ. Он будет включать в себя конгрессно-выставочный центр, культурный центр, отели и огромную парковку.

Компания ITE Group plc объявила о приобретении итальянской выставочной компании Fin-mark Srl, основные активы которой оцениваются приблизительно в 2,5 млн евро. Сегодня в выставочном портфеле Fin-mark Srl выставки Aqua-therm, а также выставки вентиляции и отопительных приборов в Украине, Азербайджане и Казахстане. В 2010 г. выставка Aqua-therm в Киеве заняла площадь в 14 тыс. кв. м.

Голландская компания Amsterdam RAI объявила, что заработала 108,2 млн евро за кризисный 2009 г. Это на 12,4% меньше, чем в 2008 г., когда доход компании составил 123,5 млн евро. Если не принимать во внимание отмену выставки Terts-2009, падение составит 4,7%. Благодаря эффективной антикризисной политике расходы были сокращены на 8%. Таким образом, несмотря на падение оборотов, Amsterdam RAI удалось закончить год с чистой прибылью в 199 тыс. евро (в 2008 г. – 5,3 млн евро). Экономический спад подтолкнул компанию к разработке новой концепции организации выставок. Самым успешным ее воплощением стала выставка AutoRAI-2009, при организации которой компания добилась сокращения выставочных расходов на 70%.

Французская компания GL Events опубликовала данные о своих доходах за I квартал 2010 г. Они составили 190,9 млн евро, что на 13% больше, чем за аналогичный период 2009 г. Несмотря на неблагоприятную экономическую ситуацию, компания продемонстрировала хороший результат, ставший итогом консолидации усилий всей команды и новой корпоративной стратегии. Она заключалась в интеграции трех компонентов: расширение выставочного портфеля, повышение качества сервиса и использование квалифицированного персонала. Как результат, GL Events удалось увеличить количество и качество проводимых выставок и расширить свое присутствие на рынках континентальной Европы и Великобритании.

Германия лидирует в Европе по числу проводимых на ее территории конференций (458 мероприятий в год). Далек позади расположились Испания (360), Италия (350), Великобритания (345) и Франция (341). На мировой арене бесспорным лидером являются США (595 мероприятий). Эти данные опубликовала **Международная ассоциация конгрессов и конференций (ICCA)**. Представители Германского конгрессного бюро (GCB) считают, что Германия достигла таких результатов благодаря удачному географическому положению страны и взвешенной ценовой политике.

Компания **Ungerboeck Systems International (USI)** объявила о запуске в продажу нового программного обеспечения для мобильных телефонов – портативной системы управления взаимодействием с клиентами (CRM-система), которая специально создана для нужд выставочных менеджеров. В дополнение к стандартным функциям отслеживания и управления продажами в мобильном Ungerboeck CRM предусмотрены функции регистрации количества посетителей, экспонентов и динамика показателей по разным выставкам.

Принятая в 2009 г. компанией **Deutsche Messe AG** в Ганновере антикризисная программа Hermes+ принесла первые плоды. По словам председателя правления Deutsche Messe AG Вольфрама фон Фрича, несмотря на значительные потери в 2009 г., компании удалось достигнуть улучшений по всем направлениям деятельности. К 2011 г. она планирует увеличить обороты и вернуться к докризисным показателям. В 2009 г. оборот Deutsche Messe AG составил 222 млн евро, что на 19,5 млн меньше, чем в 2008 г. Чистая прибыль составила 14 млн евро в сравнении с 27,2 млн евро в 2008 г.

**Всемирная ассоциация выставочной индустрии (UFI)** опубликовала свой отчет «Рынок выставочной индустрии в Азии». Согласно отчету, общее количество выставочных площадей, проданных в Азии, выросло на 3,8% по сравнению с 2008 г., при этом 55% продаж пришлось на Китай. Компании-члены UFI продали на азиатском рынке более 14,9 млн кв. м выставочной площади. Примерный оборот выставочного рынка в Азии в прошлом году оценивался в 3,39 млрд долл., что несколько меньше, чем в 2008 г. (3,45 млрд долл.). Такое снижение можно объяснить тяжелым общеэкономическим положением, а также скидками, которые предоставляли крупнейшие мировые выставочные операторы, «оттянувшие» некоторое количество клиентов на себя. Общий

оборот китайского выставочного рынка составил 1,14 млрд долл., или треть всего оборота в Азии. На Японию приходится 24%, на Гонконг – 10%. Во всех регионах Азии, по прогнозам UFI, ожидается устойчивый рост, прирост выставочной площади в 2010 г. составит 6%, т. е. общая выставочная площадь достигнет 15,8 млн кв. м.

Управляющим директором **Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI)** с 1 июля 2010 г. назначен **Пол Вудвард**, который сменил на этом посту Винсента Жерара. С 2004 г. Пол Вудвард занимал должность регионального менеджера UFI по Азиатскому и Тихоокеанскому регионам. Он является основателем и председателем правления компании Business Strategies Group Limited – консалтинговой фирмы, занимающейся информационными бизнес-технологиями в Азии. На его счету более 500 стратегических консалтинговых проектов. До того как основать собственную компанию в 2000 г., Вудвард был управляющим директором, а затем и генеральным директором компании Asian Strategies Ltd – филиала компании Miller Freeman Asia, ныне – UBM Asia.



- ТРАНСФОРМИРУЕМЫЕ ЗАСТРОЙКИ МНОГОРАЗОВОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
- ПРОЕКТИРОВАНИЕ И СТРОИТЕЛЬСТВО ВЫСТАВОЧНЫХ ЭКСПОЗИЦИЙ
- НЕСТАНДАРТНОЕ ВЫСТАВОЧНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ
- МОБИЛЬНЫЕ ВЫСТАВОЧНЫЕ СТЕНДЫ
- ДЕМОЗАЛ (БОЛЕЕ 150 ОБРАЗЦОВ)

**СТЕНА ЭКСПО**  
WWW.STEXPO.RU  
info@stexpo.ru

**350м от м. Бауманская**

105005, г.Москва,  
ул.Бауманская, д.16

т/ф (495) 661-08-14,  
т/ф (495) 926-92-67  
т 8-903-130-71-75



# Отдых на любой вкус

Участникам рынка туристических услуг, посвященных такому приятному делу, как организация путешествий, в последние годы было в прямом смысле не до отдыха – приходилось принимать серьезные решения: в каких выставочных проектах участвовать, какие из них являются наиболее важными и значимыми.

Весной нынешнего года надо было выбирать между выставками МИТТ и «Интурмаркет», а осенью – между двумя конкурирующими мероприятиями «Отдых/Leisure», проводимыми почти одновременно в «Крокус Экспо» и «Экспоцентре». Но, наконец, в этом секторе рынка, судя по всему, наступила относительная определенность – главным мероприятием во второй половине года стала Московская международная осенняя неделя профессионалов турбизнеса (Moscow Autumn Travel Industry Week – MATIW), организуемая компанией «Евроэкспо». Этот туристический форум пройдет в этом году с 21 по 24 сентября в Международном выставочном центре «Крокус Экспо».

«Евроэкспо» приняла решение развивать данный проект как приоритетный и в связи с этим прекратила своё участие в организации весенней выставки «Интурмаркет». Одновременно компания «АйТиИ» – организатор крупнейшей весенней туристической выставки «МИТТ/Путешествия и туризм» – приняла решение о прекращении своего участия в осеннем туристическом проекте «Отдых/Leisure», который проводился осенью в «Экспоцентре» совместно с компанией MSI.

Форум MATIW включает три выставки: «Отдых/Leisure» – популярную туристическую экспозицию, существующую с 1995 г., Luxury Leisure, представляющую эксклюзивный отдых, MIBEXPO Russia, посвященную деловому туризму. О размерах и значимости осенней недели профессионалов турбизнеса говорят прошлогодние цифры: в 2009 г. площадь экспозиции составила 23 тыс. кв. м, в



ней приняли участие 1,5 тыс. компаний и организаций из 65 стран и регионов.

Главным и крупнейшим мероприятием форума MATIW является выставка «Отдых/Leisure». Она привлекает свыше тысячи участников из более чем 55 стран, занимая площадь около 20 тыс. кв. м. По словам министра спорта, туризма и молодежной политики РФ Виталия Мутко, выставка является значимой площадкой для делового общения специалистов, организации взаимовыгодного делового сотрудничества российских и зарубежных компаний, она демонстрирует инвестиционную привлекательность России.

Выставка «Отдых/Leisure» получила признание Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) и официальный статус «UFI

Approved Event», что является неоспоримым доказательством высокого уровня мероприятия и его значимости для мировой туристической индустрии. Это подтверждают и профессионалы рынка.

В рамках недели MATIW-2010 для посетителей и участников организована обширная деловая программа. В частности, в «Крокус Экспо» пройдут Международные конференции «Деловой туризм: практика, решения, перспективы», Spa&Health – традиционное мероприятие для профессионалов рынка лечебно-оздоровительного отдыха.

В 2010 г. туристический рынок восстанавливается после спада, в связи с чем выставка обещает быть еще более масштабной и интересной.

## ТУРИЗМ

Выставка, организатор	Время проведения	Место проведения	Контакты
<b>ОТДЫХ / LEISURE-2010</b> Евроэкспо	21–24.09.10	Россия Москва	www.euroexpo.ru; info@euroexpo.ru тел. +7 (495) 105-65-61; факс +7 (495) 248-17-87
<b>TT</b> MT Polska Sp. z o.o.	23–25.09.10	Польша Варшава	www.mtpolska.com.pl; info@mtpolska.com.pl тел. +48 22 529 39 00; факс +48 22 529 39 76
<b>SPA AND WELLNESS TOURISM</b> International Fair Plovdiv	20–23.10.10	Болгария Пловдив	www.fair.bg; fairinfo@fair.bg тел. +359 32/90 23 46; факс +359 32/90 24 32
<b>TOUR SALON</b> Poznan International Fair	20–23.10.10	Польша Познань	www.mtp.pl; info@mtp.pl тел. +48 (89) 9 49-2 07 20; факс +48 (89) 9 49-2 07 29
<b>TTR</b> Romexpo	21–24.10.10	Румыния Бухарест	www.romexpo.org; romexpo@romexpo.org тел. +40 (21) 224 31 60; факс +40 (21) 224 04 00
<b>SUISSE CARAVAN SALON</b> BEA Bern Expo	28.10–1.11.10	Швейцария Берн	www.beaexpo.ch; info@beaexpo.ch тел. +41 (0)31 340 12 34
<b>THE LUXURY TRAVEL FAIR</b> Clarion Events Ltd	4–7.11.10	Великобритания Лондон	www.clarionevents.co.uk; info@clarionevents.com тел. +44 (0) 20 7370 8200; факс +44 (0) 20 7370 8344
<b>TOURISTIK &amp; CARAVANING</b> Leipzig Messe	17–21.11.10	Германия Лейпциг	www.leipzig-messe.de; info@leipzig-messe.de тел. +49 (0) 341 67 80; факс +49 (0) 341 678 87 62
<b>PHILOXENIA</b> Helexpo	18–21.11.10	Греция Салоники	www.helexpo.gr; helexpo@helexpo.gr тел. +30 2310 291 111; факс +30 2310 291 674
<b>XENIA</b> Xenia Exhibitions-Conferences SA	26–29.11.10	Греция Афины	www.xenia.gr; info@xenia.gr тел. +30 210 8842916; факс +30 210 8216720
<b>SEATRADE MED</b> Seatrade Communications Ltd.	30.11–2.12.10	Франция Канны	www.seatrade-global.com; events@seatrade-global.com тел. +44 1206 545121; факс +44 1206 545190
<b>BRUSSELS TRAVEL EXPO</b> BTExpo S.A.	8–9.12.10	Бельгия Брюссель	www.btexpo.com; office@btexpo.com тел. +32 2 543 44 55; факс +32 2 543 44 58
<b>TRAVEL TURKEY IZMIR</b> Izfas	9–12.12.10	Турция Измир	www.izmifair.com.tr; info@izmifair.com.tr тел. +90 (232) 482 12 70; факс +90 (232) 425 43 42
<b>GO: REGIONTOUR</b> BVV	13–16.01.11	Чехия Брно	www.bvv.cz; info@bvv.cz тел. +420 541 151 111; факс +420 541 153 070
<b>REISELIV</b> Norges Varemesse	13–16.01.11	Норвегия Лиллестрём	www.messe.no; nv@messe.no тел. +47 66 93 91 00; факс +47 66 93 91 01
<b>CMT</b> Messe Stuttgart International	15–23.01.11	Германия Штутгарт	www.messe-stuttgart.de; info@messe-stuttgart.de тел. +49 (0) 711 258 9 550; факс +49 (0)711 258 9 440
<b>FITUR</b> Ifema	19–23.01.11	Испания Мадрид	www.ifema.es; infoifema@ifema.es тел. +34 91 722 50 74; факс +34 91 722 58 01
<b>REISEN HAMBURG</b> Hamburg Messe und Congress	9–13.02.11	Германия Гамбург	www.hamburg-messe.de; info@hamburg-messe.de тел. +49 40 3569 0; факс +49 40 3569 2180
<b>EMITT ISTANBUL</b> Ekin Istanbul	10–13.02.11	Турция Стамбул	www.ekinyazim.com; info@ekinyazim.com тел. +90 212 233 97 54; факс +90 212 231 48 15
<b>ITM – ИНТУРМАРКЕТ</b> «Экспотур»	12–15.03.11	Россия Москва	www.euroexpo.ru; info@euroexpo.ru тел. +7 (495) 105-65-61; факс +7 (495) 248-17-87
<b>BTTF – BRITISH TRAVEL TRADE FAIR</b> Reed Travel Exhibitions	14–16.03.11	Великобритания Лондон	www.reedtravalexhibitions.com; rxinfo@reedexpo.co.uk тел. +44 (0)20 8910 7910; факс +44 (0)20 8910 7879
<b>MITT</b> ITE	16–19.03.11	Россия Москва	www.ite-expo.ru; helga@ite-expo.ru тел. +7 (495) 935 7350; факс +7 (495) 935 7351
<b>UITT</b> Premier Expo	23–25.03.11	Украина Киев	www.pe.com.ua; info@pe.com.ua тел. +380 44 451 41 60; факс +380 44 451 41 61
<b>AITF</b> Iteca Caspian Ltd.	28–30.04.11	Азербайджан Баку	www.iteca.az; office@iteca.az тел. +994 12 4474774; факс +994 12 4478998
<b>INTERNATIONAL ASSEMBLY OF TOURIST BUSINESS</b> Expo-South-Service	7–9.04.11	Украина Одесса	www.expodessa.od.ua; info@expodessa.od.ua тел. +380 (48) 7776068; факс +380 (48) 7776068
<b>SEA-ASIA</b> Seatrade Communications Singapore Pte Ltd.	12–14.04.11	Сингапур	www.seatrade-global.com; info@seatrade-asia.com тел. +65 6294 2280; факс +65 6294 2780
<b>CARAVAN, CAMPING, 4WD &amp; HOLIDAY SUPERSHOW</b> CIA (Caravan Industry Australia)	30.04–8.05.11	Австралия Сидней	www.ciavic.com.au; info@ciavic.com.au тел. +61 3 9329-5311; факс +61 3 9329-6339
<b>MITF</b> RTE Group	12–14.05.11	Россия Москва	www.rte-expo.ru; info@rte-expo.ru тел. +7 (495) 921 44 07; факс +7 (495) 921 44 17
<b>ATM – ARABIAN TRAVEL MARKET</b> Reed Travel Exhibitions	3–6.05.11	ОАЭ Дубаи	www.reedtravalexhibitions.com; rxinfo@reedexpo.co.uk тел. +44 (0)20 8910 7910; факс +44 (0)20 8910 7879



# Поедем на воды!



В свое время поездка на воды в Богемию – в Карлсбад или в Мариенбад – была признаком принадлежности к избранному обществу, свидетельством утонченного вкуса. После Второй мировой войны эти курорты получили чешские названия – Карловы Вары и Марианские Лазни, но не утратили ни своего волшебства, ни привлекательности.

**М**ест, где климат как будто специально создан природой, чтобы исцелять, не так уж много. В этих местах лечит вкус воздуха, состав воды, даже ландшафт. Одно из таких мест известно всему миру на протяжении уже более чем 600 лет. Это – Карловы Вары, или бывший Карлсбад. В 1370 г. курорт получил королевские привилегии и вскоре завоевал широкую известность. Более шести веков люди съезжаются к бьющему из-под земли горячему источнику здоровья.

Карловы Вары – это, без преувеличения, музей под открытым небом. Можно часами бродить по извилистым старинным улицам или вдоль набережной реки Теплы и наткаться взглядом на знакомые имена. Здесь – жил Тургенев, а в этом погребке в 1712 г. уго-

щался пивом Петр I. Этот особняк несколько сезонов подряд снимал великий русский физиолог Иван Павлов (улица так и называется – Павлова), по этой аллее здесь любил гулять Шопен, а в отеле напротив, в знаменитом «Пуппе», давал концерт Бетховен. Беседка Шопена, аллея Тургенева, тропинка Гёте – всё это не просто красивые и романтические названия, а свидетельство пребывания здесь Великих.

Шиллер, Гоголь, Мицкевич, Бах, Паганини, Моцарт, Чайковский, Дворжак, Брамс, Лист, а еще – Шлиман, Ататюрк, Неруда – перечислить знаменитых писателей, музыкантов, ученых и философов, посетивших эти места, просто невозможно. Гёте, который был здесь 13 раз и написал в Карловых Варах ряд своих произведений, сказал, что «на свете есть только

три места, где я хотел бы жить, – Веймар, Рим и Карлсбад».

Сегодня в разговорах туристов все чаще мелькают иные названия: Бали, Гоа, Египет, Турция, Мальдивы... А зря. Всего в трех часах лета от Москвы находится волшебное по красоте место, где удачно сочетается активный отдых (холмы, окружающие город, покрыты густыми лесами, в которых обустроены пешеходные тропинки и размечены маршруты разной степени сложности), обширная культурная программа (знаменитые музыканты и по сей день любят давать здесь концерты) и, главное, лечение целебными водами (включая знаменитую «Бежеровку», которую здесь предлагают буквально на каждом шагу).

Город вырос вокруг горячего термального источника. Вода с глубины

2–3 тыс. м, нагретая земной магмой и насыщенная минеральными веществами, вырывается на поверхность – каждую минуту гейзер «выдает» 2 тыс. л воды температурой 73 °С. Лечебная вода выведена в специальные питьевые вазы, расположенные в Колоннаде вдоль набережной и в других местах города. В некоторые отели, например в «Империал», образец роскошного гостиничного стиля начала прошлого века, минеральная вода подается по водопроводу.

Целебная сила местной воды подтверждена многократными исследованиями. Врачи утверждают, что питьё минеральной воды следует совмещать с бальнеопроцедурами.

Большой вклад в развитие местной курортологии внес выдающийся врач Давид Бехер (1725–1792 гг.), к тому же автор знаменитой «Бехеровки», спиртового настоя целебных трав и корней. Кроме непосредственного участия в строительстве курорта он систематизировал и научно обосновал основные методы лечения: уравнивание питьевого режима и принятия ванн, использование прогулок как составной части комплекса процедур.

Чешские бальнеологи и сегодня продолжают дело своего знаменитого предшественника: здесь предлагают процедуры, являющиеся оригинальными разработками местных врачей. Это, например, пневмопунктура (введение небольшого количества углекислого газа в акупунктурные точки), пелоидные обертывания, углекислые ванны, лимфодренаж и многое другое.

О том, что местная вода, спа-процедуры, да и сам воздух лечат, говорит и «контингент» отдыхающих: однажды попав сюда, люди приезжают сюда снова и снова. Значит – помогает.

Недалеко от Карловых Вар находится самый молодой западно-чешский курорт Марианские Лазни (бывший Мариенбад). Он был основан в начале XIX века в долине, где на поверхность выходило много лечебных источников (состав воды иной, чем в Карловых Варах). Бальнеологическим раритетом, если можно так сказать, является соседство здесь источников с разной глубиной и разного химического состава. Это холодные кислые источники, вода которых близка по составу источникам Кисловодска.

Город изначально создавался как курорт, поэтому производит неизгладимое впечатление гармоничностью своего облика. Усилиями знаменитых архитекторов и ландшафтных мастеров конца XVIII–начала XIX вв. здесь, на болотистой местности, построен восхитительный архитектурный комплекс, более всего напоминающий декорации к какому-нибудь «костюмному» фильму из жизни знати прошлых времен.

Кроме минеральной воды и «Бехеровки», нельзя, конечно, забыть и о знаменитом чешском пиве, картофельных кнедниках и блюдах из дичи. Что-то, а утолить здесь свои изысканные гастрономические запросы есть где.

Расположение курортов таково, что можно совершить неутомительные однодневные поездки в Дрезден, Нюрнберг, Мюнхен (Чехия – член ЕС, поэтому виза не нужна), не говоря уже о Праге и многочисленных средневековых замках, которыми так богата Западная Чехия.

В преддверии бархатного сезона стоит подумать: а надо ли лететь за тридевять земель, когда сказка ждет совсем рядом?

Наталья СТЕПАНОВА



# Отель

www.hotelmitino.ru

## МИТИНО

Всего 10 минут от МВЦ «Крокус Экспо»  
до отеля (ст. м. «Волоколамская»)

Проживание:  
Комфортабельные номера и уютная атмосфера

В номерах отеля: телевизор, телефон, кондиционер, холодильник, WI-FI-интернет (бесплатно), душ, фен, DVD (по запросу). Широкий спектр дополнительных услуг позволит вам приятно провести время в нашем отеле.

Бизнес-услуги:  
Всё необходимое для эффективной работы

- Конференц-зал на 80 человек (возможны несколько вариантов расстановки мебели)
- Комната переговоров на 20 человек
- Медиа-центр
- Аренда техники и оборудования для проведения семинаров, конференций
- Организация кофе-брейков и обедов

Мы ждём Вас в "МИТИНО"!















(495) 799-55-25

Москва, Пятницкое шоссе, д.18



# Профессия — делать подарки

В первой половине сентября в Москве традиционно проходят выставки рекламных сувениров. Для участников рынка они символически завершают год, совпадая с периодом формирования новых коллекций на предстоящий осенне-зимний сезон.

**В**ыставка «IPSA Рекламные Сувениры», которая пройдет в «Крокус Экспо» с 14 по 16 сентября, будет посвящена деловым подаркам, бизнес-сувенирам и другой продукции, предназначенной для продвижения на рынке товаров и услуг корпоративных клиентов. Мероприятие предоставит участникам возможность напрямую общаться с конечными заказчиками и рекламными агентствами, демонстрировать новинки, раздавать промо-продукцию, обмениваться контактами и информацией, подписывать контракты.

Бизнес-сувениры — это бесплатные подарки, содержащие информацию о компании-дарителе, чаще всего логотип, иногда адрес и телефон. Люди любят получать подарки, поэтому сувенирная продукция считается если уж не самым действенным средством продвижения товаров и услуг, то, несомненно, наиболее благосклонно воспринимаемым потребителями рекламы. Прямая реклама многих людей откровенно раздражает, зато у такого способа формирования имиджа фирмы, как раздача милых и полезных вещиц с логотипом, противников обычно не находится. При этом бизнес-сувенир — не просто дежурный презент, а рекламный носитель, составная часть имиджа компании и показатель уровня ее корпоративной культуры.

Индустрия рекламных сувениров зародилась в США в XIX веке. От



правной точкой принято считать 1845 г., когда предприимчивый коммивояжер одной из страховых компаний придумал прикреплять к своим визиткам карманные календарики. Обычай скреплять деловые отношения подарками и сувенирами быстро вошел в практику бизнеса. К началу XIX в. в качестве рекламных сувениров уже использовали самые разнообразные предметы — от лошадиных попон до тентов для фургонов. Сегодня мировая индустрия сувенирной продукции — мощная развитая отрасль. О ее масштабах можно судить по количеству сувениров, ежегодно реализуемых в различных странах. Например, в США объем рынка оценивается в 20 млрд долл.

На российском рынке бизнес-сувениры начали появляться в конце 80-х годов прошлого века. Но устойчивый спрос на них сформировался гораздо позднее. Первыми преимуществами сувенирной рекламы оценили компании, непосредственно работавшие с клиентами, — салоны красоты, туристические фирмы, банки, страховые компании. Сегодня российские организации в среднем выделяют на подарки около 5–10% всего рекламного бюджета.

Слово сувенир (souvenir) в переводе с французского означает «воспоминание, память». Приятные воспоминания скорее всего будут навеяны хорошими сувенирами, а с плохими большинство людей старается побыстрее расстаться, —

какие уж там воспоминания, просто ненужный хлам. «Задача рекламных сувениров – позитивное настроение, связанное с дарителем, то есть брендом или предприятием» – поясняет рекламный буклет фирмы – организатора выставки «IPSA Рекламные сувениры». Между тем, по данным исследователей из Международной ассоциации промо-продуктов, лишь 55% получателей рекламных сувениров сохраняют презенты более года. Это говорит о том, что специалистам отрасли пока есть над чем работать, тем более сейчас, когда время интенсивного количественного роста российского рынка (на 30–40% в год) закончилось. Теперь эта сфера вынуждена переходить к качественному разви-

же причине рынок сувениров сильнее подвержен влиянию моды, чем другие рекламные рынки.

Предпочтения потребителей могут меняться по несколько раз в год. На сегодня самые популярные сувениры – это гаджеты (многофункциональные предметы типа ручка-фонарик-указка). Большой популярностью пользуются флэшки с фирменным логотипом, кстати, туда же можно записать и презентацию о фирме. В центре внимания сувениры, снимающие стресс (гнущиеся ручки, пепельницы, которые можно как угодно мять, а они мгновенно восстанавливают потом свою форму). Еще одна модная тенденция – серийные подарки. Сначала дарится один предмет, а потом в том же сти-

ная продукция занимает лишь около 10% от рекламного бюджета компаний, в то время как на Западе обычный показатель – 20–40%.

Собственно, производство сувениров в России развито слабо, исключение составляют лишь некоторые виды изделий из стекла и фарфора, эксклюзивные VIP-подарки. Основная масса товаров для нанесения логотипов завозится из Китая и Юго-Восточной Азии. В перечень услуг, оказываемых нашими компаниями, чаще входят разработка и нанесение логотипов и фирменной символики, заказ продукции по каталогу, консультирование клиентов при выборе сувениров и оптимального варианта нанесения гравировки и логотипа.

В нашей стране роль бизнес-сувениров как средства рекламы пока еще недооценивается рекламодателями. Традиционно сувенирная продукция используется скорее как средство позиционирования, демонстрация своей успешности, средство скорее из арсенала PR, нежели инструмент рекламы. Возможно, эти стереотипы сохраняются со времен советского дефицита, когда даже простенькая зажигалка с надписью «Marlboro» считалась элементом престижа. В силу этих особенностей менталитета рекламный потенциал сувенирной продукции используется российским бизнесом не в полной мере. Темпы развития рынка сувенирной продукции здесь пока отстают от рынка медийной рекламы, в то время как в США, например, рекламные сувениры – один из основных инструментов рекламных контактов.

Постепенно российские рекламные службы тоже начинают уделять внимание сувенирам как инструменту для решения более серьезных задач, но процесс этот идет медленно. Выставки, подобные той, что состоится в «Крокус Экспо», без сомнения, будут способствовать более широкому и глубокому осознанию преимуществ, которые предлагают рекламные сувениры, а это принесет взаимную выгоду как рекламодателям, так и компаниям, работающим на рынке бизнес-подарков.

Ирина КОНДРАШОВА



тию. В новых условиях на первый план выходят качество сервиса и свежесть, оригинальность предложений.

Специалисты считают основными слагаемыми успеха на рынке сувенирной продукции полезность подаренных предметов в быту и их оригинальность. С одной стороны, клиент, пользующийся презентом, постоянно натывается взглядом на логотип фирмы и лучше запоминает его, с другой – заказчик, воображение которого удастся поразить очередной новинкой, останется лоялен поставщику сувениров надолго. Поэтому так важно материализовать в сувенире идею, которая вызовет и нужные ассоциации, и положительные эмоции. И по этой

ле добавляются другие. Например, на Новый год – подставка под телефон, на 23 февраля – нож для разрезания бумаги в этом же стиле, на Пасху – подставка для визиток и так далее. Модное веяние – конструктор, когда вы собираете свой сувенир сами, как игрушку из шоколадного яйца. Это могут быть пазлы, головоломки, модели, чайные и кофейные наборы. Среди подарков для людей «у которых все есть» сейчас особо актуальны съедобные и питьевые рекламные сувениры. Такой подарок уж точно не пропадет.

Выставка будет ориентирована именно на участников российского рынка бизнес-сувениров, т.к. он имеет ряд существенных отличий от зарубежного. В России сувенир-



# От кнопки до принтера

Начало учебного года для представителей рынка канцелярских принадлежностей все равно, что 8 Марта для цветоводов. Именно поэтому выставка «Скрепка», которая пройдет в МВЦ «Крокус Экспо» с 14 по 16 сентября, несомненно, заинтересует компании, которые занимаются разработкой и производством канцелярских товаров, а также их активных потребителей.

Посетителей выставки ждет знакомство с интересными новинками для успешной учебы и детского творчества. Представители розничных торговых сетей, педагоги и родители смогут увидеть на стендах не только тетради, дневники, альбомы, ручки и карандаши, но и глобусы, портфели, оборудование для демонстраций и визуального обучения, развивающие игры, детские спортивные товары, обучающие компьютерные программы, компьютерные игры. Особый, успешно развивающийся, сегмент, который будет представлен на выставке, — товары для хобби и творчества. Спрос на эту продукцию постоянно растет. Родители, стремящиеся как можно раньше обнаружить и развить в ребенке его индивидуальные творческие способности, ставят расходы на эти цели в число приоритетных. Неслучайно многие компании сегодня пополняют свой ассортимент этой полезной и нужной товарной группой.

В последние годы, по наблюдению экспертов, сегменты «канцелярии» для школы и товаров для офиса развиваются разными темпами. Быстрее растут продажи офисных канцтоваров: на 17–19% в год. Тогда как канцтовары для школы в среднем прибавляют ежегодно лишь 10–12%. Возможно, это связано с демографической ситуацией. Соответственно, в ближайшие годы, когда будет пройден демографический минимум (сейчас в школу ходит крайне малочисленное поколение, рожденное в середине 90-х), ожидается прирост розничного рынка товаров для учебы.

Наиболее значительный сегмент рынка канцтоваров — офисная канцелярия, на нее приходится около 65% общего оборота. Товары для офиса, от маленьких скрепок до офисных принтеров, будут представлены на выставке в таких тематических разделах, как бумага и бумажно-беловые товары; пишущие и чертежные принадлежности, канцелярские мелочи, настольные при-

наджности; организация рабочего места; хранение и архивация документов; сувенирная и представительская продукция; штепсельное оборудование; деловые аксессуары; новогодняя продукция; праздничные украшения. Ассортимент этих товаров, пользующихся спросом в России, пока заметно отстает от того, что предлагают на Западе. В развитых странах он составляет примерно 5–7 тыс. позиций, у нас же лишь 1–3 тыс. наименований. Однако уровень корпоративной офисной культуры в России неуклонно растет, и отраслевые выставки, такие как «Скрепка», показывая новинки, стимулируют спрос, а значит, рост и развитие рынка. Развитие спроса за счет расширения ассортимента офисных товаров особенно важно на фоне кризиса, когда из-за закрытия фирм снижается число корпоративных потребителей, для которых канцтовары — естественная часть потребительской корзины.

Ирина КОНДРАШОВА





МОСКВА  
КРОКУС ЭКСПО

10-12 СЕНТЯБРЯ 2010 Г.

В РАМКАХ ВЫСТАВКИ  
ИНТЕРАКТИВНОЕ ШОУ  
СВАДЕБНЫХ ЦЕРЕМОНИЙ

# Свадебный Рай

Международная выставка  
свадебных товаров и услуг

- Салон невесты - платья и аксессуары
- Салон жениха - костюмы, рубашки и др.
- Салон вечерних нарядов для гостей
- Салон ювелирных украшений
- Салон цветов - букеты, флористика
- Салон свадебных подарков
- Площадки для торжеств
- Свадебный кортеж
- Астрологические агентства
- Специализированная пресса

- **Время работы выставки:**  
10 сентября - с 10.00 до 18.00  
11 сентября - с 10.00 до 18.00  
12 сентября - с 10.00 до 17.00

Дирекция выставки: +7 (495) 727 07 69 e-mail: mem@devicta.ru, mem@crocus-off.ru  
Официальный сайт выставки: [www.wedparadise.ru](http://www.wedparadise.ru) Сайт организаторов: [www.devicta.ru](http://www.devicta.ru)

Организатор:



Генеральный  
информационный спонсор:



Генеральный  
интернет-партнер:



При поддержке:



Партнеры:





# Удочку – в руки, ружье – за плечо



По неофициальным данным, количество людей, увлекающихся охотой и рыбалкой, увеличилось в России с 1990 по 2010 г. с 1 до 10 млн человек. Не последнюю роль в популяризации этого вида отдыха играют специализированные выставки. С 30 сентября по 3 октября 2010 г. в «Крокус Экспо» состоится 9-я Международная выставка «Охота. Рыбалка. Отдых. Осень–2010».

**К**оличество людей, которые предпочитают отдых с удочкой или в охотничьих угодьях в России и за рубежом, растет с каждым годом. Улучшение инфраструктуры российских регионов, регулирование работы российских заказников, питомников, рыболовных и охотничьих хозяйств открывает широкие возможности для специализированных фирм.

Более 50 стран ежегодно принимают у себя охотников, рыболовов и любителей активного отдыха со всего света, энергично развивая эту отрасль туризма. Среди них Финляндия, США, Канада, Австралия, ЮАР, Китай, Новая Зеландия, Мексика и др. Российский рынок представляет собой богатейший край для организации таких видов отдыха и туризма. На территории РФ постоянно или временно обитают более 30 видов млекопитающих и 40 видов птиц, относящихся к

разряду промысловых, размещается более 70 природных заповедников. Возможностями для организации таких видов отдыха располагают Новгородская, Тверская, Владимирская, Рязанская, Калужская и Тульская области, Алтайский край и Камчатка, Чукотский и Ямало-Ненецкий автономные округа,

Дважды в год (весной и осенью) представители рынка товаров для активного времяпровождения собираются на выставке «Охота. Рыбалка. Отдых» в МВЦ «Крокус Экспо» для того, чтобы представить на суд посетителей, коллег и конкурентов новую продукцию. Компании-участники, профессионалы и любители имеют возможность обсудить проблемы, отследить тенденции развития рынка и встретиться с деловыми партнерами.

«Наша выставка четко разделена на четыре тематических блока: «Охота», «Рыбалка», «Техника», «Активный отдых и здоровье нации». Это сделано для того,

чтобы посетителям и экспонентам было удобно работать и общаться», – рассказывает директор выставки «Охота. Рыбалка. Отдых» Валерий Зубко.

Первая такая выставка состоялась в «Крокус Экспо» в феврале 2006 г. По своим масштабам она стала серьезным событием в сравнении с существовавшими на тот момент выставками той же тематики на ВВЦ. За три последующих года экспозиция значительно увеличила свою площадь и обогнала конкурентов по качеству и количеству экспонентов и посетителей. Организаторы тем не менее не хотят останавливаться на достигнутом.

## Около 40% посетителей выставки «Охота. Рыбалка. Отдых» профессионалы – оптовики из регионов и представители магазинов. Соотношение опта и розницы среди экспонентов составляет 25% к 75%

«Концепция выставки “Охота. Рыбалка. Отдых” подразумевает расширение тематических разделов экспозиции и, соответственно, презентацию компаний, ранее не принимавших участие в выставке, – делится планами на будущее Валерий Зубко. – Важным для нас является развитие разделов активного отдыха. Базы отдыха, рыболовецкие базы, охотничьи хозяйства, компании, предлагающие спортивные и туристические маршруты по заповедным местам и природным достопримечательностям, а также другие виды активного отдыха в скором времени станут нашими постоянными экспонентами. И не только из России. Весной 2010 г. в разделе “Отдых” приняли участие компании из Новой Зеландии, Болгарии, Венгрии, Канады, Зимбабве и ЮАР. Мы надеемся, что этой осенью количество иностранных компаний увеличится».

Уникальность выставки «Охота. Рыбалка. Отдых» состоит не только в экспозиции. Для создания атмосферы праздника организатор – МВЦ «Крокус Экспо» при поддержке Ассоциации «Росохотрыболовсоюз» – каждый раз проводит специализированную деловую и общедоступную развлекательную программы. Семинары, конференции и мастер-классы по актуальным вопросам природопользования, охоты и рыболовства, экологического, экстремального и активного туризма в России проходят в течение всей работы выставки.

В рамках деловой программы последних выставок «Охота. Рыбалка. Отдых» посетители и экспоненты смогли принять участие в работе 40-го конгресса биологов-охотоведов, IV Всероссийской научно-практической конференции «Состояние среды обитания и фауна охотничьих животных России», «круглых столов» на темы: «Проблемы приобретения, хранения и оборота охотничьего оружия» и «Обсуждение нового Сборника нормативных документов по охотничьему собаководству, единых для РФ», посетили презентацию первого в России издания книги «Рекорды российских охотничьих трофеев» и награждение чемпионов и призеров российских и международных соревнований. 9-я Международная выставка «Охота. Рыбалка. Отдых. Осень–2010» также обещает не обмануть ожидания постоянных участников.

В ходе каждой экспозиции организаторы проводят показательные выступления по различным видам рыбной ловли со спиннингом и удочкой. В мероприятиях участвуют победители российских и зарубежных соревнований, которые дают мастер-классы по рыбной ловле, учат, как правильно снарядить снасть, закидывать удочку, делать вывод и многое другое.

В оружейном разделе установлены тир, где любой желающий может попробовать пострелять из лука или арбалета. Для экспонентов проводятся тест-драйвы автомобильной и прочей техники, работает трасса радиоуправляемых автомобилей, стрелковые и лазерные тренажеры и пейнтбольный тир.

Выставка пользуется неизменной поддержкой органов государственной власти, профильных министерств и ведомств, российских и зарубежных охотничьих и рыболовных ассоциаций, что не только создает стабильный рост числа экспонентов, но и доказывает необходимость существования выставки для дальнейшего развития индустрии охоты, рыбалки и активного отдыха.

Елена КРЕМЕНЕЦКАЯ



Телефон: (495) 772-79-56, 459-57-07  
[www.medafarm-studio.ru](http://www.medafarm-studio.ru)

### САЙТЫ ОТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СТУДИИ ДИЗАЙНА И РЕКЛАМЫ

- Создание
- Обслуживание
- Продвижение
- Контекстная реклама



Все разнообразие рекламы в Интернете к Вашим услугам:

- корпоративные сайты,
- Интернет-магазины,
- тематические порталы
- сайты-визитки и многое другое!

**Нам доверились уже более 300 клиентов!**

В числе дополнительных услуг:

- создание уникальных статей для размещения на сайте
- разработка логотипа и фирменного стиля
- создание презентаций
- бизнес-фотосессии, интерьерные съемки
- создание и администрирование рекламных баннеров

**Звоните сейчас и начните зарабатывать с MEDAFARM STUDIO**



# Великий Новгород ждет каллиграфов

Многие специалисты и любители с нетерпением ждут открытия в Великом Новгороде III Международной выставки каллиграфии, которая состоится там с 10 по 12 сентября. А ведь всего два года назад слово «каллиграфия» звучало в основном в узком кругу специалистов.

Культурно-просветительский проект, посвященный искусству каллиграфии, стартовал 14 мая 2008 г. Тогда небольшая, но изысканная экспозиция разместилась в одном шатре. Но уже на презентации присутствовали такие звезды мировой каллиграфии, как Пётр Чобитько (Россия), ставший впоследствии председателем Национального союза каллиграфов, Чэнь Вэньфу (Китай), Брим Гуннлаугур (США), Авраам Борщевский и Иззи Пладвински (Израиль), Павел Семченко (Белоруссия).

Всего за несколько месяцев увлеченная идеями проекта неуемная команда из компании МВК создала Национальный союз каллиграфов и открыла единственный в мире Современный музей каллиграфии. А 16 сентября 2008 г. в Санкт-Петербурге в здании Российской Академии художеств прошла I Международная выставка каллиграфии. В ней приняли участие 68 ведущих каллиграфов из 26 стран мира. За 6 дней выставку и мастер-классы посетили более 17 тыс. человек. Посетители смогли увидеть более 500 экспонатов, среди которых были образцы изящного письма различных школ и направлений современной каллиграфии, материалы и инструменты художника, в том числе несколько десятков чернильниц: от старинных изделий XIX в. до «непроливайки», которой пользовались еще наши бабушки и дедушки.

Уже на этой выставке обращал на себя внимание строгий классический стиль основных оформительских решений и живой интерактивный характер концепции проекта. Авторы большинства работ охотно рассказывали посетителям о калли-

графии и о своем творчестве. Немецкие художники Андреа и Фолкер Томас Вундерлих в технике стенной росписи создавали монументальное каллиграфическое произведение с символическим названием «Перо остановило всю болтовню». Каллиграфы из Китая, России, Германии и Израиля показывали каллиграфические импровизации на музыкальные темы в исполнении знаменитого «Терем-квартета». Все дни выставки в конференц-зале шли оживленные дискуссии, демонстрации и мастер-классы. Эти две отличительные черты – изысканность стиля оформления и интерактивный характер – в еще большей степени проявились на II Международной выставке каллиграфии.

Сохраняя и развивая основные концептуальные решения, московская выставка, которая проходила с 14 октября по 14 ноября 2009 г. и привлекла более 30 тыс. человек, по своим масштабам значительно превзошла питерскую. В трех павильонах общей площадью более 5 тыс. кв. м экспонировалось 1500 каллиграфических произведений, созданных знаменитыми художниками-каллиграфами из 34 стран. Кроме художественных полотен в экспозиции были представлены рукописные книги, предметы прикладной каллиграфии, материалы и инструменты для письма, а также уникальные шедевры, в том числе занесенные в Книгу рекордов Гиннеса.

Всеобщее внимание привлекали работы из новой коллекции «Сакральная каллиграфия», ярко демонстрирующие как национально-культурное разнообразие, так и духовное единство современного мира.



Посетители зачарованно бродили по павильонам, увлеченно выводили на мастер-классах то старославянские буквы, то китайские иероглифы, то арабскую вязь. Они возвращались снова и снова, вместе с родственниками и знакомыми, писали



восторженные слова в книге отзывов. В эти дни многие из них впервые в жизни обмакнули в чернильницу перьевую ручку. Теперь они внимательно следят за анонсами Современного музея каллиграфии и стараются не упустить ни одной из его программ.

О высочайшем уровне организации и возросшем авторитете московской выставки красноречиво свидетельствует присвоение ей знака UFI (Всемирной ассоциации выставочной индустрии). Также она теперь проходит под эгидой Комис-

О высоком уровне концептуальных и управленческих решений свидетельствует и то, что наряду с выставкой Food Ingredients Europe (UBM International Media, Великобритания) и EIBTM (индустрия туризма; Reed Travel Exhibitions, Испания) выставка каллиграфии вошла в число трёх финалистов международного конкурса, который проводило в 2010 г. английское издательство по выставочной индустрии Mash Media.

Место проведения III Международной выставки каллиграфии – Великий Новгород – было выбрано не случайно. Этот город – хранитель тысячелетней русской культуры и древнейший православный центр.

Главным событием выставки станет демонстрация коллекции сакральной каллиграфии – религиозных и духовных текстов, написанных всемирно известными каллиграфами из разных стран в соответствии со своими религиозными канонами и национальными традициями.

Это будет самая короткая, но и самая насыщенная событиями выставка. Кроме экспозиции шедевров мировой каллиграфии в здании Присутственных мест Объединенного государственного музея-заповедника будет работать выставка «Русская каллиграфия в памятниках Новгородского музея-заповедника XI–XX вв.». Здесь будут показаны берестяные грамоты, иконы, предметы декоративно-прикладного искусства, документы и книги, многие из которых впервые будут представлены широкой публике.

В городском выставочном центре «Диалог» пройдет выставка «Каллиграфия молодая» с участием молодых каллиграфов из разных уголков нашей страны.

Традиционно посетителей ждет богатая и разнообразная программа интерактивных мастер-классов и сюрпризы, которые мы пока не будем раскрывать.

Площадь основного павильона, который расположится на Ярославовом дворище прямо напротив Новгородского кремля, – 1400 кв. м. Здесь будут выставлены работы более 100 каллиграфов из 40 стран мира.

**Алексей ШАБУРОВ**  
Генеральный директор  
компании МВК



сии Российской Федерации по делам ЮНЕСКО. II Международная выставка каллиграфии прошла при поддержке Министерства культуры.

Несомненный и неожиданный для многих специалистов успех стал возможен также благодаря ряду нестандартных решений в организации инфраструктуры, рекламы и деловой программы выставки. Среди них удобный подъезд, большие автостоянки, продуманная система информирования, адресная реклама, новейшее оборудование для людей с ограниченными возможностями, кафе, кинозал с мягкими диванами, свечи, музыка, цветочные композиции и др.





# Выигранные Очки



С 14 по 17 сентября 2010 г. в МВЦ «Крокус Экспо» пройдет 3-я Международная специализированная выставка «Очковая оптика». Всего за год собственный проект МВЦ «Крокус Экспо» превратился в уникальную рабочую площадку для специалистов оптической индустрии и в единственное в своем роде демонстрационное пространство, где «очкарики» и все интересующиеся могут познакомиться с самыми последними модными коллекциями.

Только по приблизительным данным, около 30% населения нашей страны носит очки или контактные линзы. Еще 10% – нуждаются в коррекции зрения, но не могут подобрать себе подходящей оправы или удобных линз. Все это говорит о том, что очки, контактные линзы и аксессуары к ним составляют огромный рынок со стабильным спросом. К тому же из простых линз для коррекции зрения современные очки давно превратились в стильный аксессуар, который может выгодно подчеркнуть особенности имиджа владельца: его доход, вкус, стиль.

Выставочный проект «Крокус Экспо» первоначально был направлен на создание единой площадки для делового общения операторов рынка очковой оптики. Однако интерес к проекту со стороны не только производителей и продавцов оптики, но и «брендовых» магазинов помог всего за год сделать из выставки знаковое событие в мире моды.

На осенней выставке «Очковая оптика» можно будет увидеть все коллекции солнцезащитных, компьютерных и медицинских очков сезона «осень/зима-2010» от крупнейших производителей, оценить актуальные тенденции в области дизайна и приобрести понравившиеся новинки. Экспоненты уверены, что выставка будет очень

интересна не только профессионалам, но и простым посетителям, с которыми корифеи оптической индустрии охотно поделятся своими секретами.

Кроме показа новых модных тенденций организаторы представят и обширную деловую программу. В рамках запланированных мероприятий будут обсуждаться вопросы управления, реализации продукции, инновационных разработок в оптической индустрии. Все деловые мероприятия пройдут в форме «круглых столов» и выступлений профессионалов отрасли. С 14 по 16 сентября состоится «Образовательный форум». Каждый день форума будет посвящен отдельной теме.

На своих стендах свою продукцию продемонстрируют лучшие отечественные и зарубежные оптические компании: «Агата», «Иновикс», «Меридиан», «Аввита», «ИнтерОПТИК», «Оптик Диас», «Инвеко холдинг», «Линия рома»,

«Титан-оптик», «Фреймс», «Топ-оптика» и другие. Они покажут офтальмологическую аппаратуру и инструменты, современные оптометрические приборы, станки для обработки оптических и очковых деталей, торговое оборудование для магазинов оптики и многое другое.

В рамках выставки «Очковая оптика» состоится конкурс профессионального мастерства «Лучший оптик-мастер» среди работников организаций, осуществляющих подбор и изготовление оптических средств коррекции зрения.

«Роль качественной оптики в современном мире невозможно переоценить», – считает директор МВЦ «Крокус Экспо» Дмитрий Остроушко. Поэтому организаторы выставки «Очковая оптика» сделали все возможное, чтобы посетители и экспоненты смогли использовать все четыре выставочных дня с максимальной пользой для своего бизнеса.

Ольга СТАРКОВА

## ПРОГРАММА «ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ФОРУМА» В РАМКАХ ВЫСТАВКИ «ОЧКОВАЯ ОПТИКА».

- 14 сентября – День «Технологии»:** лекции мастеров-техников и врачей-оптометристов.
- 15 сентября – День «Бизнес»:** доклады оптиков-консультантов и руководителей специализированных магазинов.
- 16 сентября – День «Мода»:** выступления руководителей специализированных магазинов, администраторов, закупщиков модных коллекций.

9-12 ноября 2010 г.



С 9 по 12 ноября 2010 года в Международном выставочном центре (МВЦ) «Крокус Экспо» состоится 5-я Международная специализированная выставка-дегустация «Карта Вин» – мероприятие, которое вызывает большой интерес широкой посетительской аудитории и специалистов данной отрасли.

За несколько лет проведения выставок-дегустаций «Карта Вин» в проекте приняли участие более 300 компаний из России и стран ближнего и дальнего зарубежья. Среди экспонентов – крупнейшие винодельческие предприятия Италии, Дагестана, Кубани, Краснодарского края, а также компании, специализирующиеся на оптовой и розничной торговле алкогольной продукцией из Франции, Италии, Чили, Испании. Это, прежде всего, постоянные участники выставки: «Лудинг», «Агора», «Мускат 12», «Мозель М», «Арома», «Центральная станция 1», «Симпл», «Вельд 21», «Легенды Крыма», «Алианта групп», «Виником» и многие другие.

Прошедшие выставки были востребованы потребителями: более 50 000 человек получили возможность продегустировать около 1500 сортов элитных вин. Работа мероприятий освещалась представителями многочисленных СМИ.

На выставках-дегустациях «Карта вин» привычные стенды заменены дегустационными столами (на каждом выставлено по 4 вида вина), расположенными в зале площадью более 4200 кв. м.

Экспозицию традиционно дополняют стенды со специальным оборудованием (шкафы для вин, холодильники, и т.п.), винными аксессуарами (бокалы, фужеры, графины, инструменты для откупорки винной тары), а также элитными сортами чая, кофе, табачными и кондитерскими изделиями.

Одна из основных целей проекта – дать возможность посетителям, в числе которых оптовые и розничные покупатели, ознакомиться с выставленными образцами винодельческой продукции, насладиться их великолепным вкусом и изысканным ароматом, а затем сделать правильный выбор при приобретении для последующей реализации или личного мини-бара.

Ждем Вас с 9 по 12 ноября 2010 года на выставке «Карта вин» в МВЦ «Крокус Экспо» (I павильон, зал №2)  
Время работы мероприятия: 10:00 – 18:00

# 5-я Международная специализированная ВЫСТАВКА-ДЕГУСТАЦИЯ КАРТА ВИН

Реклама

Организатор:

 **КРОКУС ЭКСПО**  
Международный выставочный центр

МВЦ «Крокус Экспо»:  
65-66 км МКАД (пересечение с Волоколамским шоссе)

 Мякинино

Тел.: + 7 (495) 727-11-31

E-mail: [avanesov@crocus-off.ru](mailto:avanesov@crocus-off.ru), [winecard@crocus-off.ru](mailto:winecard@crocus-off.ru)

[www.karta-vin.ru](http://www.karta-vin.ru)

Информационный партнер  
МВЦ «Крокус Экспо»:



Реклама на сайте и на территории  
МВЦ «Крокус Экспо»:  
тел. (495) 727-26-39,  
[www.crocus-reklama.ru](http://www.crocus-reklama.ru)

Аренда конференц-залов и  
презентационного оборудования:  
тел. (495) 727-25-93, 727-26-15



# Майами: центр, выросший из болот



Конгрессный центр Майами-Бич в штате Флорида (США) стал местом проведения многих крупнейших выставок и конгрессов национального и международного масштаба. Как и у многих достопримечательностей Нового Света, его история коротка, но впечатляюща.

Если за что и можно уважать американцев, так это за способность создавать райские уголки, туристические «мекки» и деловые центры в абсолютно непригодных для жизни человека местах. Хорошо известна история создания Лас-Вегаса посреди одной из самых жарких и безжизненных пустынь мира, в штате Невада. Немногим больше подходила для человеческого существования и заболоченная, малярийная, кишасящая аллигаторами Флорида и городок Майами на побережье. Вплоть до начала прошлого века это место представляло собой песчаную грядку вдоль побережья Атлантического океана, с одной сторо-

ны, и непроходимые, опасные болота – с другой.

Майами и его пригород Майами-Бич начали приобретать тот вид, который сегодня известен туристическому и деловому люду начиная с 1920 г. Стала развиваться инфраструктура, вдоль побережья один за другим возникали отели. В Майами строятся целые кварталы в столь популярном в начале прошлого века стиле модерн, или «арт-деко». Непроходимые болота (Everglades) превратились в Национальный парк дикой природы (крупнейшая в Северной Америке заболоченная местность с влажно-субтропическим климатом).

И потекли деньги. Теплый климат, песчаные пляжи, хорошие гос-

тиницы стали привлекать огромное количество туристов сначала с севера США, а затем и из других стран мира.

Но и этого показалось недостаточно предприимчивым американцам: там, куда с удовольствием едут люди, должны быть и деловые центры: почему бы не совместить приятное с полезным?

В 1957 г. здесь построили выставочный павильон (Miami Beach Exhibition Hall), вместимостью 15 тыс. человек. Позже он был переименован в Конгрессный центр Майами-Бич (Miami Beach Convention Center, КЦМБ).

Первоначально выставочный центр был рассчитан скорее на привлечение интереса отдыхающей пуб-

лики, нежели на встречи профессионалов бизнеса и индустрии. Достоточно вспомнить, что именно здесь в 1964 г. состоялся знаменитый бой Кассиуса Клея (Мухаммеда Али) и Сонни Листона в боксерском поединке тяжеловесов за чемпионский пояс, закончившийся победой первого. Здесь же проходили и известные на весь мир соревнования по армрестлингу. Отсюда вещал на всю Америку знаменитый проповедник Библи Грэхем. Американские политики с удовольствием проводили в новом деловом центре Майами-Бич свои конгрессы и съезды: в 1968 г. здесь состоялась Национальная конвенция Республиканской партии, а в 1972 г. – Демократической. На оба мероприятия приехали более 45 тыс. делегатов.

Центру явно требовалось расширение, и в 1989 г. были предприняты грандиозные работы по перестройке и модернизации КЦМБ. Общие вложения составили 92 млн долл. В результате площади конгресс-центра выросли вдвое. Модернизация продолжается и по сей день: за последние 10 лет владельцы центра вложили более 35 млн долл. в полное

переоснащение КЦМБ современным телекоммуникационным оборудованием и системами связи, в обновление внешнего вида внутренних пространств. Проведенные работы расширили возможности конгресс-центра как универсального комплекса, приспособленного для организации самых разнообразных мероприятий.

Сегодня КЦМБ располагает общими площадями в 130 тыс. кв. м, в том числе выставочных – более 50 тыс. кв. м и пространств многоцелевого использования – 10 тыс. кв. м. В трехуровневом здании разместились 70 комнат для совещаний и переговоров общей площадью 12 тыс. кв. м. Центр располагает четырьмя залами, каждый из которых вмещает более 12 тыс. человек. Все сооружение венчает галерея Скайвок (Skywalk), с которой открывается прекрасный вид на весь выставочный комплекс и его окрестности. А посмотреть есть на что – ведь конгрессный центр простирается на четыре квартала и находится на границе исторического центра города, который так и называется – Арт-деко, и нового, современного, района Саут-Бич.

**Майами официально получил статус города в 1896 г., когда в нем проживало чуть более 300 человек. Согласно переписи 2000 г., в Майами и его пригородах, включая Майами-Бич, проживает 5,4 млн человек**



**Miami International Boat Show** – крупнейшая выставка плавучих средств в Северной Америке. Ежегодно ее посетителями становятся люди из 80 стран мира, которые приезжают ознакомиться с последними новинками ведущих производителей моторных и парусных яхт, катеров и лодок, оборудования и аксессуаров для отдыха на воде, двигателей и многого другого. Выставка традиционно проходит в феврале. На мероприятии 2010 г. свою



продукцию представили более 200 компаний, а общая площадь, занятая их экспонатами, составила 100 тыс. кв. м (помимо КЦМБ выставка проходила еще на двух площадках). В дни экспозиции состоялась международная конкурс яхтенной фотографии, множество семинаров и конференций, мастер-классы от известных рыбаков, благотворительный вечер и, конечно же, презентации новых моделей известных судостроителей. Следующая выставка Miami International Boat Show пройдет с 17 по 21 февраля 2011 г.

**Art Basel** – Международная выставка современного искусства, которая ежегодно проходит в Базеле (Швейцария) и в Майами-Бич. Впервые эта выставка состоялась в Базеле в 1970 г., а в Майами-Бич она «прописалась» с 2002 г. За прошедшие годы выставка современного искусства завоевала огромную популярность среди знатоков и любителей. Как и венецианскую Биеннале, Art Basel иногда называют «Олимпом в мире искусства». Майамская выставка, которая традици-



онно проводится в декабре, быстро превзошла своего швейцарского «родителя» по масштабам, площади и популярности (а возможно, и по значимости, считают некоторые).





Ежегодно в КЦМБ проходит более 80 конференций, форумов, корпоративных собраний и выставочных мероприятий. Его облюбовали для своих годовых собраний многие международные объединения, организации и научные ассоциации. Так, здесь проводят свои мероприятия Ассоциация управляющих конгресс-центрами, Международная ассоциация управляющих выставочными центрами, Ассоциация туристической индустрии, многие крупнейшие международные корпорации.

Процветает и выставочный бизнес. В залах КЦМБ проводятся всемирно известные торговые выставки ювелирных изделий, предметов искусства (Art Basel

Miami Beach), потребительских товаров, пляжных принадлежностей. Важное значение имеют такие выставки, как Miami International Boat Show (крупнейшая в Северной Америке выставка яхт, катеров и других плавсредств), автосалон South Florida International Auto Show, Всеамериканская выставка продуктов питания и напитков.

КЦМБ находится в 15 минутах езды на автомобиле от Международного аэропорта Майами. Гостиничный фонд в шаговой доступности от центра предоставляет гостям выставок и конференций более 2 тыс. комфортабельных номеров.

Конгресс-центром от имени Комиссии города Майами-Бич руководит компания Global Spectrum, которая имеет тесные взаимоотношения с швейцарской Messe Schweiz (MCH Group). Обе фирмы вступили в стратегический альянс для развития КЦМБ как международного бизнес-проекта. Со своей стороны MCH Group управляет европейским офисом продаж КЦМБ в Базеле. В задачи офиса входит развитие программ сотрудничества по европейскому направлению. MCH Group представляет КЦМБ в 17 европейских странах, а также представляет его интересы в качестве члена множества ассоциаций выставочной индустрии, таких как ЕМЕСА (Ассоциация крупнейших европейских выставочных центров), АИРС (Международная ассоциация конгресс-центров), ИССА (Международная ассоциация конгрессов и конференций), МІСЕ (Международная ассоциация инсентив-индустрии), UFI (Всемирная ассоциация выставочной индустрии) и других.

**Русьинновация**

Рекламное и выставочное оборудование

[www.rusinntorg.ru](http://www.rusinntorg.ru)  
Тел.: (495) 646 08 00; (499) 502 12 13  
Ул. Талалихина д. 41, стр. 26, офис 201

# Гостиница для экспонента

*Важный стратегический партнер МВЦ «Крокус Экспо» – гостиница «Митино» находится в непосредственной близости от выставочного комплекса. Такое идеальное расположение, качественный сервис, приемлемые цены и наличие необходимых условий для работы – основные составляющие успеха отеля. Генеральный директор группы компаний «Русское Золото» – владельца отеля «Митино» Евгения БОГАТОВА рассказала «БиВ» о планах на будущее.*

**БВ** Евгения Роменовна, сегодня многие компании работают на перспективу. Расскажите о будущем отеля «Митино». Что хотелось бы изменить, усовершенствовать?

– Работа любой компании, занимающейся предоставлением услуг, всегда идет на перспективу. Ведь если гости довольны, они обязательно придут еще, дадут положительные отзывы коллегам, друзьям. Поэтому, совершенствуя качество сервиса, работая с персоналом, расширяя сферу услуг, мы тем самым создаем прочную базу для будущего. Конечно, есть целый ряд аспектов нашей работы, которые хотелось бы усовершенствовать: часть из них связана с интерьером и технической инфраструктурой гостиницы, часть – с качеством работы персонала. Мы постоянно занимаемся этими вопросами. Если каждый день работать, проблемы постепенно решаются. Дело в систематичности.

В нашей гостинице останавливаются много иностранцев. Мы хотели бы расширять их контингент, поэтому сейчас изучаем вопрос о сертификации отеля по европейским стандартам. К сожалению, в нашей стране процесс сертификации уже более полугодом полностью парализован. Добровольная сертификация заменяется обязательной, решение по этому вопросу принято, но реального механизма действий пока нет и, что удручает, не ясно, когда будет.

Есть у нас планы и по расширению гостиничного бизнеса. На том же земельном участке в Митино, где сейчас расположен отель, планируем построить еще один многофункциональный комплекс, часть площа-



дей которого тоже займет гостиница. Сейчас уточняем концепцию, работаем над разрешительной документацией. Думаю, что в ближайшие месяцы планы приобретут видимые очертания.

**БВ** Что вы считаете своим главным достижением за последние годы?

– Я считаю исключительно важным то, что нам удалось в срок сдать гостиницу в эксплуатацию как раз накануне начала кризиса в экономике, и таким образом удачно «проехать» его острую фазу. Мы начали работать 10 сентября 2008 г., и за небольшой по меркам гостиничного бизнеса срок смогли не только наладить эффективное управление, но и сделать отель узнаваемым и привлекательным для гостей. Я думаю – это неплохой повод для гордости, но ни в коем случае не повод почитать на лаврах. Работать и развивать первые успехи нужно постоянно и, как я уже говорила, систематично.

**БВ** По роду своей деятельности вам часто приходится жить в отелях. На что в первую очередь обращаете внимание в роли гостя?

– Если это командировка всего на 2–3 ночи, то для меня важна удобная кровать, хороший душ, вкусный завтрак и кофе – обязательно в кофейнике, так чтобы можно было выпить несколько чашек, не прибегая к услугам официантов после каждой чашки. Зависимость от официантов за завтраком почему-то меня раздражает больше всего. Конечно, имеет значение и расположение гостиницы, прежде всего с точки зрения транспортной доступности нужных мест в городе (офисов, выставочных комплексов и т.п.). Уверена, я не одинока в своих предпочтениях. На учете подобных тонкостей мы и выстраиваем политику собственного отеля.

**БВ** Какими вам видятся перспективы сотрудничества с выставочным комплексом «Крокус Экспо»?

– Гостиница «Митино» расположена в непосредственной близости от «Крокус Экспо», и мы считаем сотрудничество с ним исключительно важным. Наши гости – это во многом участники и посетители выставок. Да и «Крокусу» удобно, что рядом есть приспособленный под нужды деловых людей отель. В наших планах – расширять и совершенствовать сотрудничество с «Крокус Экспо». Мы всегда рады рассмотреть любые взаимовыгодные варианты.

Беседовала  
Ольга СТАРКОВА



# 9-я Международная выставка «Охота. Рыбалка. Отдых»



**Охота**  
**рыбалка** **ОТДЫХ**  
**ОСЕНЬ 2010**

**30 сентября - 3 октября 2010 года**  
**в МВЦ «Крокус Экспо»**

The 9<sup>th</sup> INTERNATIONAL EXHIBITION | AUTUMN  
WELCOME to Safari Expo 2010

Организатор:  **КРОКУС ЭКСПО**  
Международный выставочный центр

Информационный партнер  
МВЦ «Крокус Экспо»:



Дирекция выставки: +7 (495) 727-25-26, факс: +7 (495) 727-25-88  
E-mail: safari@crocus-off.ru, www.safariexpo.ru

МВЦ «Крокус Экспо»: 65-66 км МКАД (пересечение МКАД и Волоколамского шоссе)

 «МЯКИНИНО»

Реклама на территории и на сайте МВЦ «Крокус Экспо»: (495) 727-2639, www.crocus-reklama.ru  
Аренда конференц-залов и презентационного оборудования: (495) 727-2593, 727-2615

# Когда картинка весомее слов...

Один из постулатов телевизионной журналистики гласит: «картинка важнее слов». О том, насколько справедлива эта формулировка, ставшая ныне прописной истиной, могут судить не только обыватели, но и маркетологи, пиар-менеджеры и рекламодатели.

Если раньше выставочные стенды компаний привлекали внимание потенциальных клиентов замысловатыми конструкциями и красочными буклетами, то теперь на помощь полиграфии пришла «тяжелая артиллерия» в виде плазменных экранов с постоянно демонстрируемой видеопрезентацией... И все же, несмотря на очевидную выигрешность этого способа показать лучшие стороны своего предприятия, аудиовизуальная продукция есть в арсенале далеко не каждого экспонента. Вот три возражения тех, кто придерживается старых способов экспонирования.

## Возражение 1: деньги на ветер...

Возможно, кто-то на самом деле так и считает, предпочитая «упаковать» стенд разговорчивыми представителями компании, без устали вручающими буклеты и визитки всем подряд. Такой способ саморекламы не лишен рационального зерна и проверен временем, однако сколько человек остановится именно у вашего стенда, а не поспешит прочь, едва завидев спешащего к нему менеджера? Клиента очень легко спугнуть... Больше половины посетителей предпочтут тихо взять буклет и положить его на соседнем стенде, увидев стандартный набор штампов. По-настоящему заинтересуется только клиент, целенаправленно искавший именно вас на выставке.

## Возражение 2: видео есть – толку нет...

Действительно, компания подготовилась к участию на выставке, разместила видеопрезентацию на большом экране своего стенда, однако поставленная цель достигнута не была. Новых клиентов мало, на видеоролик внимания никто не обратил. Так стоит ли тратить немалые средства на современную «фишку»? Стоит. Просто нужен правильный подход. Это продукт, который будет работать не только в рамках одной выставки, но и долгое время после: DVD-диск с роликом можно дополнить рекламный каталог компании. Для успеха нужны три составляющие.

Во-первых, четкий сценарий – выставочный фильм должен за 5–10 минут дать представление об основных аспектах деятельности фирмы.

Во-вторых, больше картинки – меньше слов. Как правило, в выставочных павильонах довольно шумно, и рас-

слышать, что говорит диктор за кадром, проблематично. Ведь цель – заинтересовать клиента, чтобы он остановился, а не равнодушно прошел мимо.

В-третьих, компьютерная графика: презентационный видеоролик – это не документальное кино «про то, как мы работаем», а настоящая реклама, значит он должен быть ярким и впечатляющим.

И конечно, качество видеосъемки. Контролировать создание презентационного видео нужно на каждой ступени. Еще раз повторимся – картинка важнее слов!

## Возражение 3: дорого, очень дорого...

Это понятие спорное. Рынок этих услуг насыщен и позволяет клиенту выбирать. К делу стоит подойти основательно – изучить предложение и соотнести цену и качество. Нелишне обратить внимание и на сроки изготовления заказа. Как правило, затраты окупаются – область применения видеопрезентации довольно широка: выставки, пресс-конференции, раздаточный материал, собственный сайт компании.

Сегодня выставочное видео необходимо так же, как визитка и рекламный проспект.

Анна БУЛАТНИКОВА,  
специальный корреспондент  
«Сова видео экспо»

VIDEO EXPO  
**SOWA**

презентационное видео  
выставочные фильмы  
рекламные ролики

www.sowavideo.ru  
8(495) 662-28-16



# Третьим будешь?

Немного поломавшись, Белоруссия ответила согласием на упрощения России и Казахстана и с небольшим опозданием (6 июля вместо 1 июля) таможенный союз трех государств вступил в силу. Удастся ли им преодолеть оставшиеся разногласия – покажет время.

**В** настоящее время на территории бывшего СССР сосуществуют не менее десятка различных интеграционных образований. Это – СНГ, ЕврАзЭС, Союзное государство России и Беларуси, ШОС, ОДКБ и другие. Однако количество этих объединений так и не перешло в качество реальной интеграции – достаточно вспомнить то и дело вспыхивающие «газовые», «винные», «боржомные», «молочные» и прочие конфликты между их участниками.

## ИНТЕГРАЦИОННЫЙ ЭФФЕКТ

Формально говоря, таможенный союз между Россией, Белоруссией и Казахстаном начал работать 1 января 2010 г., а нынешним летом лишь вступил в новую, но важнейшую, фазу – три государства стали жить по единому Таможенному кодексу.

У нового объединения есть как сторонники, так и противники. Первые упирают на то, что речь идет не просто об интеграции, а о реинтеграции – ведь прежде эти страны были единым государством с налаженными



хозяйственными связями. Их восстановление, считают сторонники союза, обязательно даст мощный экономический эффект. У противников таможенного союза также есть веские аргументы: когда объединяются

## ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ОБРАЗОВАНИЯ НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

**Содружество Независимых Государств (СНГ)** – основано главами БССР, РСФСР и УССР в результате подписания 8 декабря 1991 г. в Вискулях под Брестом (Белоруссия) Соглашения о создании СНГ. Позже, 21 декабря, главами 11 бывших союзных республик была подписана Алма-Атинская декларация, в которой излагались цели и принципы СНГ и констатировался факт прекращения существования СССР.

**Организация Договора о коллективной безопасности (ОДКБ)** — военно-политический союз, созданный государствами СНГ на основе Договора о коллективной безопасности (ДКБ), подписанного 15 мая 1992 г. Арменией, Казахстаном, Киргизией, Россией, Таджикистаном и Узбекистаном. Позже к договору присоединились Азербайджан, Грузия, Белоруссия, затем, однако, Азербайджан, Грузия и Узбекистан отказались от продления договора, Узбекистан присоединился к ГУАМ.

**ГУАМ** — региональная организация, созданная в октябре 1997 г. Грузией, Украиной, Азербайджаном и Молда-

вией. (С 1999 по 2005 г. в организацию также входил Узбекистан.)

**Шанхайская организация сотрудничества (ШОС)** – региональная международная организация, основанная в 2001 г. лидерами России, Казахстана, Таджикистана, Киргизии, Узбекистана и Китая.

**Единое экономическое пространство (ЕЭП)** — проект экономической, а впоследствии, возможно, и политической интеграции трёх государств СНГ – России, Казахстана, Белоруссии. Первоначально о намерении сформировать ЕЭП заявили президенты России, Казахстана, Белоруссии и Украины. Однако впоследствии Украина отказалась от этих планов.

**Союзное государство России и Беларуси** создано в результате подписания в 1996 г. Договора о Союзе России и Беларуси. Он предусматривал широкий круг интеграционных мер как экономического, так и гуманитарного характера. Однако, несмотря на наличие безусловных предпосылок для глубоких и интенсивных интеграционных процессов, они сталкиваются

партнеры с разным уровнем экономического развития (а Белоруссия и Казахстан, безусловно, имеют более архаичные и слабые экономики), общий потенциал не увеличивается, а снижается до уровня отстающего. О какой модернизации России может идти речь, когда она объединяется с очевидно слабыми партнерами, которые будут тормозить ее движение вперед?

Ученые Института народнохозяйственного прогнозирования РАН настроены позитивно: по их расчетам, суммарный интеграционный эффект, измеряемый дополнительным производством валового внутреннего продукта, к 2015 г. составит примерно 400 млрд долл., а прирост ВВП у участников таможенного союза – около 15%.

Исполнительный секретарь Комиссии таможенного союза академик РАН Сергей Глазьев является ярким поборником интеграции и не скрывает своего энтузиазма по поводу плюсов таможенного союза.

По словам Глазьева, выигрыш трех стран будет неизмеримо выше, чем отдельные уступки и компромиссы. По его словам, речь идет о возможностях повышения в среднесрочной перспективе темпов экономического роста в 1,5–2 раза за счет восстановления кооперации и общего экономического пространства.

Глазьев убежден, что государства, объединяющиеся в таможенный союз, связаны давно сложившимися кооперационными узлами. Их экономики дополняют друг друга. Например, в стоимости готовой белорусской продукции около половины приходится на комплектующие и материалы из России. «Создание таможенного союза, – говорит С.Глазьев, – означает существенное снижение издержек, расширение масштабов производства и повышение конкурентоспособности объединяющихся в единую таможенную территорию национальных экономик».

с немалыми объективными и субъективными препятствиями.

**Таможенный союз** России, Белоруссии, Казахстана, Киргизии начал формироваться с 1995 г. В дальнейшем к нему присоединился Таджикистан. Союз преследовал цель создания единого таможенного пространства и унификацию торговых режимов по отношению к третьим странам, постепенную унификацию хозяйственного права, согласование валютной и денежно-кредитной политики. Однако объем работы оказался слишком велик, а интересы в конкретных областях не совпадали, поэтому результаты оказались меньше планировавшихся.

**В 1996 г. был создан Союз четырёх** (Россия, Казахстан, Киргизия и Белоруссия), который дополнял экономическую сферу сотрудничеством в гуманитарной области (наука, образование, культура и др.). Предполагалось гармонизировать не только экономическую, но и социальную политику. Соглашение имело рамочный характер. Результаты получились аналогичными итогам создания таможенного союза.

Для простых граждан таможенный союз существенно облегчит жизнь: не придется заполнять ворох различных документов, тратить время и силы на границе, простаивать в очередях, тратя не только деньги, но и нервы, пытаясь получить свой багаж.

## В НАЧАЛЕ БЫЛО СЛОВО

Комментаторы нередко удивляются скорости, с которой начал формироваться «тройственный союз». И действительно, СНГ, ЕврАзЭС и прочие организации ни шатко ни валко существуют уже многие годы, а интеграции как не было, так и нет. Откуда же здесь такое ускорение? По-видимому, все дело – в политической воле глав государств. Именно их договоренности позволили сдвинуть процесс с мертвой точки, и работа пошла по-настоящему быстро.

Все началось с подписания 6 октября 2007 г. Договора о создании единой таможенной территории и формировании таможенного союза. Уже в январе 2008 г. главы правительств трех стран подписали соглашения о едином таможенно-тарифном регулировании; о вывозных таможенных пошлинах в отношении третьих стран; о единых мерах нетарифного регулирования; о ведении таможенной статистики и целый ряд других важных документов. Позже была образована Комиссия таможенного союза, наделенная серьезными полномочиями. Впервые в постсоветской истории был создан национальный орган, которому страны-участницы союза согласились делегировать часть своих суверенных функций, касающихся внешнеторговой политики.

Таможенный союз формируется в три этапа. Предварительный этап (до 1 января 2010 г.) – это подготовка необходимых соглашений и договоров. Первый этап – до 1 июля 2010 г. (на практике получилось – до 6 июля), второй – до конца 2011 г.

Общие интересы в развитии регионального сотрудничества привели к заключению **Центрально-азиатского союза** между Казахстаном, Узбекистаном, Киргизией и Туркменистаном. Его целью является координация политики в области экономики и обороны.

**Евразийское экономическое сообщество (ЕврАзЭС)** – международная экономическая организация, наделенная функциями, связанными с формированием общих внешних таможенных границ входящих в нее государств – Белоруссии, Казахстана, Киргизии, России, Таджикистана и Узбекистана (членство приостановлено), выработкой единой внешнеэкономической политики, тарифов, цен и других составляющих общего рынка. Договор об учреждении ЕврАзЭС подписан в октябре 2000 г.

В августе 2006 г. на Межгосударственном совете ЕврАзЭС было принято принципиальное решение о создании **таможенного союза** в составе лишь трёх государств, готовых к этому, – Белоруссии, России и Казахстана.



**ЭТАПЫ БОЛЬШОГО ПУТИ**

Таможенный союз начал функционировать 1 января 2010 г., когда был введен в действие единый таможенный тариф, а также начали действовать соглашения о таможенно-тарифном и нетарифном регулировании.

Введение в действие общего для трех государств Таможенного кодекса заложило правовой фундамент для завершения формирования единой таможенной территории (ЕТТ). Сейчас унифицированы практически все аспекты внешнеторговой деятельности, которые еще оставались неунифицированными с 1 января 2010 г. Помимо общего таможенного тарифа единые подходы стали применяться и к сфере нетарифного регулирования, соблюдения запретов и ограничений, реализована схема взимания и перечисления в бюджеты стран-участниц импортных таможенных пошлин.

В течение предстоящего года будут отменены таможенный и другие формы пограничного контроля между странами-участницами союза. К 1 июля 2011 г. этот процесс будет завершен, а к началу 2012 г. – создано единое экономическое пространство, что является более высокой степенью интеграции.

По некоторым товарам, особенно чувствительным для экономик стран-участниц, предусматривается переходный период в 5 лет, в течение которых не будут

применяться пониженные таможенные пошлины. Это отдельные виды сырья, технологическое оборудование, некоторые инвестиционные товары. Необходимость такого



переходного периода обусловлена тем, что на момент начала формирования ЕТТ ставки ввозных пошлин между Белоруссией и Россией были гармонизированы на 90%, а между этими государствами и Казахстаном – только на 38%. Этот период дан на адаптацию к новым условиям.

Ирина СКИБИНСКАЯ

# НОЧНАЯ ЖИЗНЬ МЕГАПОЛИСА

ОСНАЩЕНИЕ НОЧНЫХ И РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ПЕНТРОНОВ

TOYS FOR BOYS/ ИГРУШКИ ДЛЯ МУЖЧИН  
(такси, спортивные и ретро автомобили, мотоциклы, гаджеты)

SEX TOY FAIR/ ВЫСТАВКА ЭРОТИЧЕСКИХ ИГРУШЕК

Дирекция выставки: +7 (495) 727 07 69 e-mail: isaeva@devicta.ru, expo\_86@list.ru, info@devicta.ru  
 Официальный сайт выставки: www.nightmegapolis.ru Сайт организаторов: www.devicta.ru

## NIGHT LIFE OF MEGACITY<sup>2</sup>

**Выставка в Крокус Экспо  
25 - 27 ноября 2010 года**

<b>Организатор:</b> DEVICSTA EXPO	При поддержке:	Соорганизатор:	Генеральный информационный спонсор:	Генеральный интернет партнер:	Официальный VIP-партнер:	Официальный интернет партнер:	Партнеры выставки:





# FINANCIAL TIMES

## Несмотря на катастрофу в Заливе, гонка за арктической нефтью и газом набирает темпы

«Файнэншл таймс», Великобритания

**А**вария на буровой платформе Deerpwater Horizon, может быть, и вызвала серьезные сомнения в перспективах развития морского бурения, но «нефтяную лихорадку» вокруг богатых неразработанных месторождений, тающих под толщей Северного Ледовитого океана, она нисколько не охладила.

Две истории в FT наглядно демонстрируют продолжающийся ажиотаж вокруг Арктики и разницу в подходах разных стран.

Первая история – о том, как Йенс Столтенберг, премьер-министр Норвегии, заявил, что заключенное им соглашение о морской границе с Россией – речь идет об участке Баренцева моря и Северного Ледовитого океана площадью 170 тыс. кв. км, спор о котором тянулся десятилетиями, – является образцом международного сотрудничества.

Он имел в виду, что сделка должна стать образцом взаимодействия для пяти стран, имеющих территориальный выход на побережье Арктики – Норвегии, России, США, Канады и Дании, – при разделе территории морского дна, в соответствии с правилами, изложенными в Законе о море и в Конвенции ООН. «Применение Закона о море в этом регионе очень важно, – заявил норвежский премьер-министр. – Северный полюс – это не земля. Северный полюс – это море, покрытое льдами, поэтому он подпадает под международное законодательство».

Его замечание, очевидно, относилось к странам, не входящим в арктическую «большую пятёрку», но кидаящим алчные взоры на регион, который, по оценкам Геологической службы США, содержит четверть неразведанных мировых

запасов нефти и природного газа. Раздаются голоса о том, что к Арктике следует подходить как к местному международному достоянию, опираясь на другой соответствующий договор, во многом аналогично тому, как это делается в Антарктике.

Но, несмотря на ворчание о монополии «большой пятёрки», серьёзных шагов по пересмотру всей системы пока незаметно. Даже Китай, чётко заявивший о своих стратегических интересах в Арктике, поддерживает Закон о море как наилучший способ урегулировать вопрос о суверенных правах. Не имея выхода на побережье Арктики, Китай изыскивает альтернативные пути получить доступ к Северному Ледовитому океану.

Вот мы и подошли ко второй истории в FT: недавно объявлено о валютной своповой сделке на 500 млн долл. между Китаем и Исландией. Трудно было бы найти экономические причины, побудившие Китай обменять юани на кучку исландских крон, не учитывая геополитических мотивов.

Олафур Рагнар Гримссон, президент Исландии, в марте заявил FT, что Китай выразил заинтересованность в Исландии как потенциальной материально-технической базе на случай, если глобальное потепление позволит отправлять китайские экспортные товары через Арктику в Европу, сокращая путь на 6 тыс. км по сравнению с теперешней трассой через Суэцкий канал. «Нужно быть поистине слепым, чтобы не видеть значения Арктического Севера для развития мировой торговли и энергетики, и достаточно беглого взгляда на карту, чтобы заметить, что Исландия находится в самом центре Арктики», – заявил он.

Но, может быть, ещё более непосредственный интерес Китая к Исландии обусловлен тем, что эта страна имеет самый большой в мире опыт в области геотермальной энергетики. Во всяком случае валютный своп выводит схему активных китайских отношений с Исландией (а Пекин имеет самое крупное иностранное посольство в Рейкьявике) далеко за пределы того, чего можно было бы ожидать для отношений между развивающейся сверхдержавой и маленькой островной нацией с численностью населения 320 тыс. человек.

Китай не единственная страна, обеспокоенная тем, что остаётся не у дел при дележе Арктики. Положение США тоже далеко от надёжного. Дело в том, что даже через 16 лет, после того, как Закон ООН о море вошел в силу, Америка не ратифицировала его, что ставит её на одну доску с Ираном, Северной Кореей и ещё парой десятков стран, не ратифицировавших этот закон. Последние четыре администрации США, включая и администрацию Барака Обамы, высказывались за ратификацию, однако договор застрял в Сенате, где к нему неодобрительно отнеслись некоторые республиканцы, опасаящиеся, что он подорвёт суверенные права США.

Марк Бегич, сенатор от Аляски (демократ), предупреждает, что, если Америка будет тянуть и дальше, ей будет гораздо труднее получить свою долю в оффшорных месторождениях. «Отказываясь ратифицировать этот важный договор, мы теряем свои позиции при дележе в тот самый момент, когда в Арктике грядут большие перемены», – заявил он.

# PROJECT SYNDICATE

## Могут ли развивающиеся рынки спасти мировую экономику?

«Проджект синдикейт», США

**З**а последние два года промышленные страны столкнулись с серьезными приступами финансовой нестабильности. В настоящее время они борются с проблемой увеличения суверенного долга и высоким уровнем безработицы. Тем не менее развивающиеся экономики, которые раньше считались гораздо более уязвимыми, показали значительную эластичность. По мере возвращения на уровень предкризисного 2008 г. показатели Китая, Индии и Бразилии являются важным двигателем расширения сегодняшней мировой экономики.

Высокий рост и финансовая стабильность в странах с развивающейся экономикой помогают облегчить массивные корректировки, которые предстоит провести промышленным странам. Однако этот рост также имеет долгосрочные последствия. Если будет сохранена существующая модель, то мировая экономика будет постоянно преобразовываться. В частности, потребуется не более десяти лет, чтобы доля в рыночных ценах в мировом ВВП развивающихся экономик превысила 50%. Поэтому важно знать, насколько устойчива эта фаза роста. Ответ состоит из двух частей. Одна часть зависит от способности стран с формирующимся рынком управлять своим собственным успехом; другая зависит от степени адаптации к глобальной экономике этого успеха. Ответ на первый вопрос обнадеживает; ответ на второй – нет.

Все еще сохраняя способность использовать возможности догоняющего роста, развивающиеся страны должны проводить неустанные, быстрые и порой трудные структурные изменения, а также параллельно проводить реформы и

институциональное строительство. В последние годы системно значимые страны показали впечатляющий пример прагматичной и гибкой адаптации. Этот процесс, вероятно, продолжится.

Учитывая существующий курс правительств, мы должны ожидать постепенного укрепления эндогенных драйверов роста в развивающихся экономиках, закрепленного увеличивающимся средним классом. В сочетании с расширением торговли между этими странами будущее развивающихся стран состоит в уменьшении зависимости от спроса со стороны промышленных стран, однако не в полной независимости от них.

Наряду с ростом важно учитывать и распределение. Новые страны по-прежнему нуждаются в лучшем управлении своим растущим внутренним напряжением, которое отражает рост неравенства в доходах и неравномерного доступа к основным услугам. Провал на этом фронте может сорвать укрепление их национальной и региональной динамики роста. Это становится более понятно сегодня, когда распределительные аспекты стратегии роста крепко закрепляются в политических программах развивающихся стран.

Развивающиеся экономики пока справляются с замедлением экономического роста в промышленных странах, однако в финансовом секторе механизм передачи является более сложной задачей. Сегодняшние низкие процентные ставки стимулируют финансовые потоки в развивающиеся экономики, повышая риск инфляции и обесценивания активов. Проблемы в западных банках привели к тому, что была нарушена доступность к торговым

кредитам, и если они усилятся, это может привести к дестабилизации местных банков.

Эти риски реальны. К счастью, некоторые развивающиеся экономики по-прежнему сохраняют подушки безопасности и амортизаторы. Войдя в кризис 2008–2009 гг. со здоровыми первоначальными условиями (в том числе крупными международными валютными запасами, профицитом бюджета и баланса платежей, а также банками с высокой капитализацией), они еще очень далеки от исчерпания своей фискальной и финансовой гибкости – и, следовательно, своей способности реагировать на будущие потрясения.

В целом развивающиеся рынки вполне могут продолжить успешно ориентироваться в нестабильном мире, подрываемом кризисами в промышленных странах. Однако снова отделение не является полным. Благоприятный исход также требует способности и готовности промышленных стран адаптировать растущий размер и значение развивающихся экономик. Риски здесь значительны, что указывает на широкий круг потенциальных проблем.

Утечка знаний, финансов и технологий, которая подрывает устойчивые темпы роста в развивающихся странах, тесно связана с открытой, основанной на правилах глобализованной экономикой. Но это глобальное устройство подвергается давлению в условиях, в которых промышленные страны имеют высокий уровень безработицы и волны финансовой нестабильности. Рост в мировой экономике следует рассматривать как игру с нулевой суммой, что приводит к субоптимальным реакциям.



В результате сохранение открытости рынков индустриальных стран не может считаться само собой разумеющимся. Политические выступления всё более направлены на обсуждения внутренних проблем, в то время как все труднее услышать в повестке дня международные проблемы и следование общим коллективным глобальным интересам.

Эти проблемы будут расти в ближайшие годы. И тогда возникает вопрос глобального управления.

Управление растущим и всеусложняющимся комплексом транснациональных связей представляет собой еще большую проблему в многоскоростном мире, который переворачивается с ног на голову.

Такой мир требует более совершенного глобального управления, а также давно назревших институциональных реформ, которые дадут развивающимся экономикам надлежащее право голоса и представительство в международных организациях.

Без таких изменений глобальная экономика будет переходить из одного кризиса в другой, не имея твердой руки на руле, чтобы создать общее направление. К чему все это нас ведет?

Развивающиеся экономики будут призваны играть еще большую роль в многоскоростной глобальной экономике, которая характеризуется длительной реабилитацией чрезмерно раздутых балансовых

отчетов индустриальных стран. Сам по себе они готовы к решению такой задачи. Но им не приходится работать в условиях вакуума. Способность развивающихся стран обеспечить «смазку» роста, которая облегчает приспособление в индустриальных странах, также является важной функцией готовности последних адаптироваться к тектоническим сдвигам в эксплуатации и управлении глобальной экономикой. Будем надеяться, что на эти глобальные вопросы обратят то внимание, которого они заслуживают.

*Авторы: Мохамед А. Эль-Эриан,  
Майкл Стенс*

## Финансовое регулирование и демократия

*«Проджект синдикейт», США*

Соединенным Штатам и Европе понадобилось почти два года со времен краха банка Lehman Brothers и более трех лет с начала глобальной рецессии, вызванной правонарушениями в финансовом секторе, чтобы реформировать финансовые нормативы.

Возможно, мы должны праздновать победу регулирующих нормативов, как в Европе, так и в США. В конце концов существует почти всеобщее согласие по поводу того, что кризис, с которым мир сталкивается сегодня – и, скорее всего, будет сталкиваться в последующие годы, – является результатом неумеренности процесса «дерегулирования», начатого Маргарет Тэтчер и Рональдом Рейганом 30 лет назад. Освобожденные рынки не являются ни эффективными, ни стабильными.

Но сражение – и даже победа – оставили горький привкус. Большинство из тех, кто несет ответственность за свои ошибки – будь то ФРС, министерство финансов США, британский банк Bank of England, Управление по финансовым услугам, Европейская комиссия и Европейский центральный банк или частные банки, – не сознались в своих неудачах.

Банки, которые нанесли серьезный ущерб глобальной экономике, сопротивляются тому, что нужно сделать. Еще хуже, что они получили поддержку от ФРС, от которой, возможно, все остальные ожидали более разумной позиции, учитывая масштаб её прошлых ошибок и степень очевидности того, что она отражает интересы банков, которые она, предположительно, должна регулировать.

Это важно не только в качестве исторического примера – регулирующим органам позволено слишком многое. И это оставляет открытым вопрос: можем ли мы доверять банкам? Для меня ответом является недвусмысленное «нет», именно поэтому нам нужно создать новую регулиющую структуру. Обычного подхода – делегирования ответственности регулирующим органам, чтобы они выработали детали, – будет недостаточно.

И это ставит еще один вопрос: кому мы можем доверять? В сложных экономических вопросах доверие оказывалось банкирам (в конце концов, если они делают так много денег, они определенно что-то знают!) и регулирующим органам. Но события последних

лет показали, что банкиры могут делать огромные деньги, даже если они подрывают экономику и тратят огромные средства на свои собственные фирмы.

Банкиры также показали, что они могут быть «этически неполноценными». Суд решит, было ли поведение банка Goldman Sachs – ставки на продукты, которые он сам создавал, – законным. Но суд общественного мнения уже вынес свой вердикт по более значимому вопросу – этичности подобного поведения. Исполнительный директор Goldman Sachs считал, что он осуществляет «дело Божье», когда его фирма продавала краткосрочные продукты, которые она создавала, или распространяла непристойные слухи о стране, где он служил в качестве «советника», и это наводит на мысль о параллельной вселенной с другими нравами и ценностями.

Как всегда, «дьявол скрывается в мелочах», и лоббисты финансового сектора упорно трудились, чтобы убедиться, что новые детали регулирующих нормативов работали на пользу их работодателей. В результате, скорее всего, пройдет много времени, прежде чем мы сможем достигнуть успеха с тем законом,

который Конгресс США в конечном итоге примет.

Но критерии для вердикта очевидны: новый закон должен сдерживать практику, угрожающую всей глобальной экономике, и переориентировать финансовую систему в направлении решения правильных задач – управление рисками, распределение капитала, обеспечение кредитами (особенно малых и средних предприятий) и функционирование эффективной системы платежей.

Нам следует провозгласить тост за возможный успех: некая форма комиссии по безопасности финансовых продуктов будет учреждена; торговля производными финансовыми инструментами переместится на биржи и в клиринговые палаты из тени мрачного, «сделанного на заказ», рынка и некоторые самые худшие ипотечные правила будут запрещены. Более того, похоже на то, что возмутительные гонорары, полученные за каждую дебитную сделку – вид сбора, который идет не на общественные цели, а на то, чтобы наполнить банковские сундуки, – будут урезаны.

Но возможные неудачи также заслуживают внимания: проблема банков, которые «слишком большие, чтобы обанкротиться», сейчас еще острее, чем она была до кризиса. Более решительная власть поможет, но только немного: во время последнего кризиса правительство США «закрыло глаза», не су-

мело использовать власть, которую оно имело, и без нужды помогало акционерам и держателям облигаций – всё потому, что если оно будет поступать иначе, это приведет к экономической травме. Пока существуют банки «слишком большие, чтобы обанкротиться», правительство, скорее всего, будет опять «закрывать глаза».

Неудивительно, что крупные банки добились успеха в прекращении некоторых важных реформ. Что удивило, так это появление законопроекта в Сенате США, который запрещал застрахованным государством организациям заниматься гарантированным размещением рискованных вторичных ценных бумаг. Такие застрахованные государством гарантированные размещения деформируют рынок, давая крупным банкам конкурентное преимущество не потому, что они более эффективные, а потому, что они «слишком большие, чтобы обанкротиться».

Защита ФРС больших банков – заемщикам важно уметь отгородиться от рисков – раскрывает тот уровень, до которого это применялось. Не планировалось, что законодательство будет запрещать вторичные ценные бумаги, а будет только ограничивать подразумеваемые финансовые гарантии, субсидированные налогоплательщиками (помните 180 млрд долл. помощи AIG?), которые не являются естественными или неизбежными по-

бочными продуктами предоставления займов.

Существует много способов обуздать неумеренность больших банков. Может сработать сильная версия так называемого правила Волькера (созданного для того, чтобы заставить застрахованные правительством банки вернуться к своей основной миссии – предоставлении займов). Но правительство США останется беспечным и сохранит всё как есть.

Создание законопроекта о вторичных ценных бумагах является лакмусовой бумажкой: администрация Обамы и ФРС, противостоя этим ограничениям, явно стали на сторону больших банков. Если эффективные ограничения на ведение застрахованными правительством банками (действительно застрахованных или практически застрахованных, потому что они «слишком большие, чтобы обанкротиться») бизнеса с вторичными ценными бумагами выживут в финальной версии законопроекта, то получится, что общие интересы действительно преобладают над узкими интересами, а демократические силы – над денежными лоббистами.

Но если, как предсказывают многие эксперты, эти ограничения будут вычеркнуты, это станет печальным днем для демократии и для перспектив каких-либо значительных финансовых реформ.

*Автор: Джозеф Е. Стиглиц*

# Frankfurter Allgemeine

ZEITUNG FÜR DEUTSCHLAND

## Мост между Европой и Дальним Востоком

«Франкфуртер Альгемайне Цайтунг», Германия

Когда исландский вулкан Эйяфьядлайокудль некоторое время назад парализовал воздушное сообщение, российская железнодорожная компания «РЖД» долго не раздумывала: она ввела дополнительные поезда до Варшавы и Праги для того, чтобы оказать помощь оказавшимся на зем-

ле пассажирам воздушных линий. Об этом недавно рассказал глава «Российских железных дорог» Владимир Якунин во время своей встречи с новым комиссаром по транспорту Европейского союза Сиимом Калласом. Однако у этой встречи был другой повод: Якунин, возглавляющий с 2005 г. одну

из крупнейших в мире государственных железнодорожных компаний, протяженность линий которой составляет 85 тыс. км и в которой работают 1,1 млн человек, рекламировал свое предприятие как партнера по бизнесу. Он занят поисками партнеров для совместной работы по развитию в России сети



скоростных дорог, готов обсуждать планы приватизации грузового сектора, а также функцию России как моста при транзите товаров между Западной Европой и Дальним Востоком.

Пока грузовые поезда, как правило, затрачивают на преодоление расстояния в 9 тыс. км по транссибирскому пути 14 дней. «Наша цель состоит в том, чтобы при контейнерных перевозках сократить это время до 10–11 суток, тогда как проход судна по морскому маршруту занимает 28 дней», – заявил Якунин. Несмотря на значительные финансовые сложности, его компания делает ставку на привлечение необходимых инвестиций, в том числе, конечно же, и с помощью зарубежных инвесторов. Контейнерные перевозки, по мнению Якунина, особенно привлекательны для быстрой доставки дорогих потребительских товаров и электроники. Целью компании является ежегодное увеличение транзита контейнеров по сибирской магистрали на миллион

единиц, подчеркивает этот предпринимчивый руководитель российских железных дорог.

Компания «РЖД» в сотрудничестве с Международным союзом железных дорог (UIC) провела в Санкт-Петербурге конференцию на тему о будущем грузовых перевозок. На нее были приглашены представители железнодорожных компаний, логистических предприятий, а также регулирующих органов. Уже давно, как считает Якунин, назрела необходимость продления российской широкой колеи от украинско-словацкой границы до Братиславы и Вены. В консорциуме, который должен реализовать этот проект до 2016 г., на равных основаниях принимают участие железнодорожные компании России, Украины, а также Словакии и Австрии. Стоимость этого проекта, связанного со строительством новой линии протяженностью 560 км, оценивается в 4,7 млрд евро.

Якунин не скрывает, что эти намерения внутри ЕС иногда вызыва-

ют явное недовольство. «Оценивать наши усилия, направленные на тесное сотрудничество с железнодорожными компаниями, как российскую экспансию в Европу я считаю недостойным профессионалов», – подчеркнул глава «РЖД». Поговаривают о том, что у него доверительные отношения не только с российским премьер-министром Владимиром Путиным, но и с бывшим главой Deutsche Bahn Хартмутом Медорном. Якунин гордо сообщил об успехах в такого рода сотрудничестве, не в последнюю очередь это относится и к компании Siemens, участвующей в эксплуатации поездов «Сапсан» на линии протяженностью 650 км, соединяющей Москву и Санкт-Петербург. Он также отметил, что по-прежнему существует некоторая напряженность в отношениях с западноевропейскими партнерами. «Мы мало знаем друг о друге», – подчеркнул Якунин. Если бы все зависело только от него, то ситуация быстро бы изменилась.

**BUILD EXPO CITY**

ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ СТЕНДЫ    МАХИМА    ADVANTEC

**Проектирование, дизайн  
МОНТАЖ ЭКСКЛЮЗИВНЫХ И  
СТАНДАРТНЫХ  
ВЫСТАВОЧНЫХ СТЕНДОВ**

ER    ISO 9000

**727-2612 727-2670**  
**www.buildexpo-city.ru info@buildexpo.ru**

# The National

## Кризис, из которого профессору Обаме следует извлечь урок

«Нэйшнл», Объединенные Арабские Эмираты

**В** 1980-х годах жители Италии в течение трёх дней, затаив дыхание, следили за судьбой шестилетнего мальчика Альфредо Рампи, упавшего в 36-метровый колодец. События транслировались по итальянскому телевидению в режиме реального времени, для спасения мальчика были мобилизованы все государственные службы. Спасатели просверлили новую скважину, но под воздействием вибрации стенки колодца расшатались, и ребенок упал ещё на 30 м вниз.

Спелеологи-любители спустились по стволу колодца, но Альфредо провалился слишком глубоко. Ребенка удалось ухватить за руку, но рука была слишком грязной, и вытащить ребенка за неё не удалось. Тогда на запястье мальчику надели полицейские наручники; они соскользнули. Была сделана попытка набросить на него страховочные веревки, но отсутствие свободного пространства не позволило сделать и этого. Через 70 часов Альфредо умер.

Это событие стало больше, чем частная трагедия. Итальянцы усмотрели в неудаче спасателей метафору состояния своей страны, и память об этом событии не увядает. Когда через несколько лет стало очевидно, что здание итальянского государства прогнило и поражено мафией, новое поколение политиков приступило к оздоровительной ампутации.

Скорее всего, Барак Обама не следил за трагической историей Альфредо. Однако нефть, разлившаяся в Мексиканском заливе, довела до его сознания важный факт: в век телевидения выглядеть бесильным для руководителя означает политическую смерть, и вернее

всего эта закономерность срабатывает на его собственной родине.

Разлив нефти часто сравнивают с ураганом «Катрина», последствия которого печально отразились на имидже президента Буша. Но такое сравнение неправомерно. Буш мобилизовал все федеральные службы, которые были полностью оснащены для работы на месте катастрофы в Нью-Орлеане. Его обвинили в том, что это было сделано недостаточно оперативно, увязав такую медлительность с тем, что жертвами катастрофы были в основном бедняки и цветное население.

В распоряжении Обамы не слишком много инструментов для действия. У федерального правительства нет опыта борьбы с распространением нефти на глубине 1500 м ниже водной поверхности. Такими возможностями располагают только британская нефтяная компания BP и нефтяные сервисные компании. Чиновники из администрации Обамы заявили, что «наступят на горло» BP. После этого происшествия всё громче раздаются недовольные голоса в адрес президента, критикующие его за недостаточную инициативность и «робость» перед лицом «большой нефти».

Только через шесть недель появились признаки того, что рискованные попытки BP остановить растекание нефти с применением не подходящей для этого техники, так называемой *top kill*, принесли первый успех, и адмирал береговой охраны США Тэд Аллен заявил, что закачка жидкого грунта в скважину «стабилизировала» её; впрочем, высказываются и более осторожные оценки.

Столкнувшись с растущей критикой своей позиции в ситуации с разливом нефти, Обама в ходе своих визитов на побережье Луизианы заявил о продлении моратория на глубоководное бурение. Однако нет никакой уверенности в том, что эта мера – к которой можно было бы прибегнуть сразу после происшествия – заставит стихнуть голоса критиков, надеявшихся на более динамичную реакцию со стороны своего лидера.

Мир, бывший свидетелем успешных мер по спасению экипажа корабля Апполон-13 во время лунной экспедиции, когда инженеры НАСА нашли пути подремонтировать на скорую руку пострадавшее космическое судно, чтобы обеспечить его безопасное возвращение на землю, надеется на большее. Пусть решение придёт не от федерального правительства – может быть, отыщется новый Красный Эдер, легендарный пожарный, тушивший газовые факелы и нефтяные скважины от Кувейта до Северного моря. К сожалению, на морском дне, при давлении 150 атмосфер, невозможно надеяться на героизм отдельных личностей.

Катастрофы в результате событий, выходящих за пределы контроля, влияют на карьеры политических деятелей не только в Америке. Авария на Чернобыльской АЭС в 1986 г. и попытки Кремля замолчать это событие, не упомянув о нём в выпусках новостей, подорвала доверие к коммунистам. Через два года землетрясение в Армении привело к тому, что вполне лояльные до того армяне стали задумываться о выходе из состава Советского Союза, что ускорило развал СССР.



Взрыв, искалечивший российскую подводную лодку «Курск» в августе 2000 г., в результате чего погибло 118 человек экипажа, почти уничтожил репутацию тогдашнего Президента России Владимира Путина. Он в этот момент находился в отпуске, и принял решение не лететь на базу подводных лодок, поскольку его личное присутствие не сыграло бы никакой роли. Однако неумелые действия российских морских ведомств, не сумевших вовремя поднять подлодку, чтобы спасти хотя бы часть экипажа, в итоге бросили тень и на его репутацию. Путин пришёл к грустному выводу: личное присутствие на месте действия в критический момент может быть не менее важным, чем сами предпринятые действия.

Рональд Рейган, одарённый политик, знал, что нужно делать в

критических ситуациях. В 1983 г. террорист-самоубийца совершил теракт на американской военно-морской базе в Бейруте, в результате чего погиб 241 человек. Через два дня американские вооружённые силы вторглись на небольшой остров в Карибском море, принадлежащий Гренаде. Основной целью этого вторжения было отвлечение внимания от катастрофы, происшедшей в Ливане, и, как следствие, неизбежного вывода из страны вооружённых сил США.

Отчасти проблема Обамы связана с его академической манерой поведения, которая не вяжется с ролью человека действия, которую он призван играть. И к нефтяной катастрофе он подошёл чисто логически: источник проблемы – ВР и ее партнёры; им и раз-

бираться с последствиями. Достоинством такого подхода является чёткость; но он никак не заполняет политический вакуум. Следуя той же логике, следовало бы заявить, что глубоководная разведка недр является передним краем технологии и зоной риска, а потому неизбежно сопряжена с возможностью несчастных случаев, но если американцы хотят иметь дешёвое топливо, то, поскольку другие варианты отсутствуют, будущее остаётся за глубоководным бурением.

Через два месяца после происшествия поведение Обамы в связи с катастрофой, по данным CNN, не одобряли 51% американцев, т.е. большинство, хотя и незначительное. Наказание за равнодушные бывает жестоким. ■

# SLOVO

## Тайна Банка Ватикана

*«Слово», Словакия*

Это в самом деле прекрасная возможность для тех, кто купается в миллионах и государству не хочет отдавать ни цента. Для определенных людей этот банк, как сказочный «Сезам, откройся!», и тот, кто получит в нем кредит, может быть уверен, что эта информация будет скрыта не хуже, чем таинство исповеди у католического священника. В этом уникальном банке не говорят абсолютно ничего ни о клиентах, ни об их счетах, данные здесь не обрабатываются электронным способом. И ни при каких обстоятельствах банк не публикует отчеты. Официальное название банка звучит так: Istituto per le Opere di Religione. Но за рубежом он известен под более простым именем – Банк Ватикана.

### Отмывание денег

Единственным собственником банка является представитель свя-

того Петра на Земле – Папа Римский. Хотя деятельность банка весьма далека от дел священников. Это своего рода кладовая для всей Римско-католической церкви. Бесчисленные диоцезы, советы, церковные организации и фонды имеют здесь счета. Но клиенты банка – не только различные институты. Счета в этом банке для отмывания денег использует итальянская мафия. Коррумпированные немецкие политики тоже пользуются услугами Банка Ватикана, когда они хотят быть уверенными, что до их денег не доберется ни одно налоговое или финансовое учреждение.

Тысячи сверхбогатых немцев (и не только немцев) прячут свои миллионы в различных финансовых институтах в определенных странах, где они могут быть уверены в их сохранности. После недавних разоблачений, например в Швейцарии или Лихтенштейне, многие сами

явились с повинной, чтобы избежать преследований за налоговые преступления в Германии. Но эти миллионеры или были очень хитрыми, или у них не было нужной информации. Если кто-то хочет быть абсолютно уверен в том, что налоговые инспекторы никогда его не побеспокоят, он должен доверить свои не совсем чистые миллионы одной очень молчаливой римской даме...

И хотя в ноябре прошлого года Ватикан подписал с Евросоюзом договор, касающийся отмывания денег, этот документ не должен беспокоить владельцев капиталов сомнительного происхождения – политиков, экономистов и прочих. В договоре речь идет лишь о незначительных косметических мерах.

### Христианские политики из Германии

Банк внутри церковного государства юридически, в общем, ав-

тономен. Что бы Ватикан ни подписывал, это в принципе остается просто официальной бумагой, потому что все, что делает Банк Ватикана, — это совершенно другой вопрос, и с юридической точки зрения это две принципиально разные вещи! Выступления папы Бенедикта XVI против отмыwania денег достойны уважения — об этом он усердно информировал общественность. Но мафии, некоторым политикам и другим клиентам банка ласкают слух слова, что Банк Ватикана отрицает наличие «грязных» денег в своих хранилищах. Банк Ватикана ведет счета и таких фондов, которые на самом деле не существуют. Банк представляет их политикам, представляющим партии, в названиях которых есть слово «христианский». Среди них, например, и общественные деятели, которые в Германии старательно обличают граждан, незаконно укравших за границей

свои сбережения. У демократии в ФРГ есть несколько «черных дыр», о которых обычные граждане ничего не знают. Банк Ватикана — одна из них, и невероятно эффективная.

**Религиозность и мораль на практике**

Банк Ватикана невозможно ни контролировать, ни закрыть. Официально он является частным и в то же время очень набожным институтом. Но странно, что сотрудники и клиенты банка не имеют ничего общего с настоящей христианской религиозностью и моралью, которым учат основы теологии.

Очень наглядно и метафорично просто деятельность банка можно описать следующим образом. Представьте самого богатого в мире миллиардера, у которого (гипотетически) в разных местах спрятаны сейфы с собственными миллиардами. И ни по од-

ному из них миллиардер не отчитывается. Путешествуя по миру, он без какого-либо контроля и каких-либо налогов перекладывает деньги из одного сейфа в другой, при этом его хорошие друзья при необходимости тоже могут спрятать у него свои немалые накопления, опять же без какого-либо контроля со стороны. Банк Ватикана тщательно и аккуратно выбирает тех, кому будет предложено очень выгодное сотрудничество. Они должны не просто доверить банку свои миллионы или миллиарды, они должны быть и очень набожными. В смысле внутреннего морального кодекса Ватикана, абсолютно отличающегося от кодекса внешне-го, соблюдения которого Папа и его ближайшие соратники требуют от своих овец. И если паства будет соблюдать этот кодекс, ей обещают вечное блаженство на небесах.





# Снежная Королева

меха • женская и мужская одежда • аксессуары



Актуальные меховые пальто средней длины, украшенные роскошными воротниками или аппликациями из меха дивной рыси

от 119 990 руб.



Стильные жакеты из меха бархатистой арктической норки с отделкой мехом соболья

от 114 990 руб.



Укороченные жакеты из меха лисьи теплые тонкие от лисья-золотистого до коньячного с отделкой из меха песца, лисы и чернобурки

от 85 990 руб.

## А Вы где одеваетесь?

(495) 777-8-999  
www.snowqueen.ru

МОСКВА • САНКТ-ПЕТЕРБУРГ • ЕКАТЕРИНБУРГ • РОСТОВ-НА-ДОНУ • НОВОСИБИРСК  
МАГНИТОГОРСК • КАЗАНЬ • КРАСНОЯРСК • ЧЕЛЯБИНСК • ПЕРМЬ • ИРКУТСК • ОМСК  
САМАРА • СУРГУТ • НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ • ТОЛЬЯТТИ • КЕМЕРОВО • ТЮМЕНЬ

Реклама. Товар сертифицирован



# PROJECT SYNDICATE

## Секретный рецепт китайской экономики

«Проджект синдикейт», США

**В** этом году рост ВВП Китая может приблизиться к 10%. В то время как некоторые страны занимают экономическим кризисом и его последствиями, перед Китаем (вновь) встала прежняя задача – как справиться с экономическим бумом. Благодаря решительным политическим шагам по предотвращению раздувания экономического «мыльного пузыря» жилищного строительства, рынок недвижимости стабилизировался, вскоре ожидаются дальнейшие корректировки. Это хорошая новость для экономики Китая, но плохая, возможно, для тех, кто полагал, что правительство позволит данному «мыльному пузырю» расти и расти, пока это не приведёт к краху.

Повлияет ли корректировка в жилищном строительстве на общий экономический рост, зависит от того, как определять слово «влиять». Более низкие цены на активы могут замедлить общий рост инвестиций и ВВП, но если замедление окажется (предположительно) на уровне от 11% до 9%, то Китай сможет избежать экономического перегрева, в то же время сохранив устойчиво высокий экономический рост. Вообще для Китая текущий общегодовой темп роста инвестиций в жилищное строительство, составивший 37%, является очень негативным. В идеале в этом году он должен замедлиться, скажем, до 27%. В Китае уже в течение 30 лет наблюдается устойчиво быстрый экономический рост без существенных колебаний или прерываний – пока что. За исключением замедления 1989–1990 гг., последовавшего за «тяньаньмэньским кризисом», средний годовой экономический рост за данный период был равен 9,45% с пиком 14,2%

в 1994 г. и в 2007 г. и с низшей точкой 7,6% в 1999 г.

В то время как большинство крупнейших экономик переживали кризис на ранних этапах своего развития, история Китая кажется аномальной (или случайной), что периодически провоцирует предсказания «надвигающегося краха». Все подобные предсказания оказались ошибочными, но чем дольше длится данная история, тем больше людей предсказывают её плохой конец.

Для меня нет ничего более аномального в непрерывной модели экономического роста Китая, чем эффективное макроэкономическое вмешательство во времена бумов. Безусловно, и экономическое развитие, и институциональные реформы могут привести к нестабильности. Действительно, центральное правительство, унаследованное от старой плановой экономики с её растянутыми планами экономического роста, вызывает колебания и в значительной степени содействовало нестабильности в начале 1980-х гг.

Но во время экономического перегрева центральное правительство должно контролировать инфляцию, чтобы лопнувший «мыльный пузырь» не спровоцировал рост безработицы. Местные правительства и государственные предприятия не обязательно должны этим заниматься. Им требуется высокий рост ВВП, и их мало волнуют макроэкономические последствия. Они хотят заниматься как можно больше денег для финансирования грандиозных инвестиционных проектов, не волнуясь особо ни о выплате кредитов, ни об инфляции.

Вообще, главная причина экономического перегрева начала 1990-х гг. заключалась в чрезмер-

ном заимствовании местными правительствами. В 1994 г. инфляция подскочила до 21% (высший уровень за последние 30 лет), и значительная часть местных долгов оказалась безнадёжной, что составило 40% от общего количества кредитов государственного банковского сектора в середине 1990-х гг. Данный источник уязвимости стал менее важным благодаря жёстким ограничениям возможности местных правительств брать займы, установленным после 1990-х гг.

Теперь, однако, новым источником риска экономического перегрева стал неунывающий дух первого поколения китайских предпринимателей. Экономика находится в состоянии постоянного бума, доходы растут, рынки расширяются: всё это создаёт высокий потенциал развития предприятий; все хотят воспользоваться новыми возможностями, и каждый инвестор хочет быстро разбогатеть. Им это удаётся, и пока что у них не было тяжёлых времён. Так что они активно инвестируют и торгуют, не особо задумываясь о риске.

Относительно высокая инфляция начала 1990-х гг. была предупреждением для политиков центрального правительства о макроэкономических рисках, создаваемых быстрым ростом. Лопание «мыльных пузырей» в экономике Японии в начале 1990-х гг. и через несколько лет – в экономике стран Юго-Восточной Азии стали уроками, преподанными соседями, о том, что «мыльные пузыри» неизбежно лопаются.

С тех пор политика центрального правительства заключалась в торможении экономики всякий раз, когда возникала тенденция к перегреву. В начале 1990-х гг. были

предприняты жёсткие меры с целью ограничения денежной массы и остановки избыточного инвестирования, для предотвращения гиперинфляции.

В последнем цикле власти начали «охлаждать» экономику уже в 2004 г., когда Китай только лишь восстановился после экономического спада 2003 г., вызванного атипичной пневмонией. В конце 2007 г., когда рост ВВП достиг 13%, правительство приняло более строгую политику против «мыльных пузырей» в промышленности (сталелитейной, к примеру) и на рынках активов (недвижимость), что создаёт условия для корректировки на начальной стадии.

Экономическая теория говорит, что все кризисы вызываются «мыльными пузырями» или перегревом: значит, если удастся справиться с «мыльными пузырями», то можно предотвращать кризисы.

Самая важная вещь в «цикле кризиса» – это не политика стимулирования экономики за счёт бюджета после того, как кризис уже наступил, а упреждающие действия во время экономического бума с целью остановки роста «мыльных пузырей» на ранних стадиях.

Я не совсем уверен в том, что все китайские политики отлично владеют дисциплиной «современная экономика». Но, по-видимому, то, что они делают на практике, оказывается лучше того, что делают их коллеги в некоторых других странах, – значительное внимание к либерализации рынка, но слишком мало внимания к «охлаждению» экономики во время бума и образования «мыльных пузырей».

Проблема мировой экономики – в том, что все вспомнили урок Кейнса о необходимости антициклической политики только тогда, когда кризис уже начался, и не

предпринимали никакого симметричного вмешательства в экономику во время предшествовавшего бума. Но контроль экономического бума важнее, потому что это позволяет бороться с тем, что в первую очередь и вызывает кризис.

В некотором смысле то, что делает Китай, мне кажется созданием подлинного «кейнсианского мира»: увеличение доли частного бизнеса и более свободная ценовая конкуренция на микроуровне, а также активная антициклическая политика на макроуровне.

Могут быть и другие факторы, которые могут замедлить или прервать экономический рост Китая. Есть надежда, что бдительность политиков не угаснет (и даже усилится), что позволит истории быстрого экономического роста Китая продолжаться следующие 10, 20 или 30 лет.

Использованы материалы сайта [www.inosmi.ru](http://www.inosmi.ru)



**Международный форум строительной индустрии  
2-я специализированная выставка строительных материалов и услуг**

**СТРОИТЕЛЬНЫЙ  
СЕЗОН**

**1-3 ноября 2010 года**  
МВЦ «Крокус Экспо», павильон II

**Форум включает:**

- Конгресс «Строительная наука, техника и технологии: перспективы развития»;
- Конгресс по малоэтажному строительству;
- Конгресс «Стекло и современные технологии XXI века»;
- круглый стол «Влияние введения Таможенного союза на строительную отрасль»;
- круглый стол «Технологии строительства в сельской местности»;
- бизнес-встречи с представителями строительных отраслей стран СНГ;
- презентации инновационных строительных проектов и технологий ВУЗов РФ и стран СНГ.

**Салоны выставки:**

- «Строительные и отделочные материалы»
- «Интерьер»
- «Инженерное обустройство»
- «Малоэтажное и коттеджное строительство»
- «Строительный подряд»
- «Строительная техника и механизмы»
- «Наука и инновации»
- «Карьера и образование»

**Дирекция форума:**  
Тел./факс: +7 (495) 228-12-16, 926-34-22, 727-26-13  
E-mail: [buildingseason@crocus-off.ru](mailto:buildingseason@crocus-off.ru)  
[www.buildingseason.ru](http://www.buildingseason.ru)



Организатор:



**КРОКУС ЭКСПО**  
Международный выставочный центр

МВЦ «Крокус Экспо»: 65-66 км МКАД  
(пересечение МКАД и Волоколамского шоссе)  
«Мякинино»: выход к павильонам  
выставочного центра

Соорганизатор:



Генеральный партнер:



Официальная поддержка:



Реклама на сайте и на территории МВЦ «Крокус Экспо»: +7 (495) 727-26-39, [www.crocus-ekspoz.ru](http://www.crocus-ekspoz.ru)  
Аренда конференц-залов и презентационного оборудования: +7 (495) 727-25-03, 727-26-15

Партнер:



Информационный партнер:

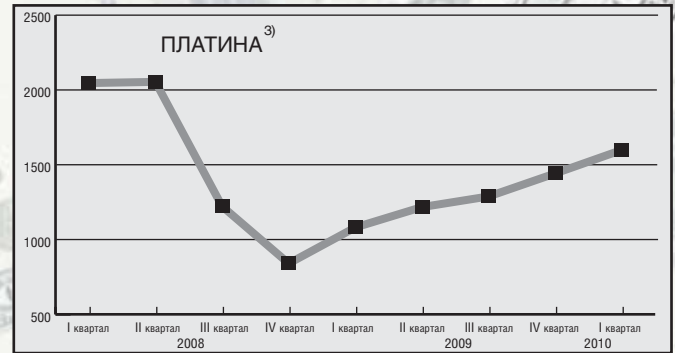
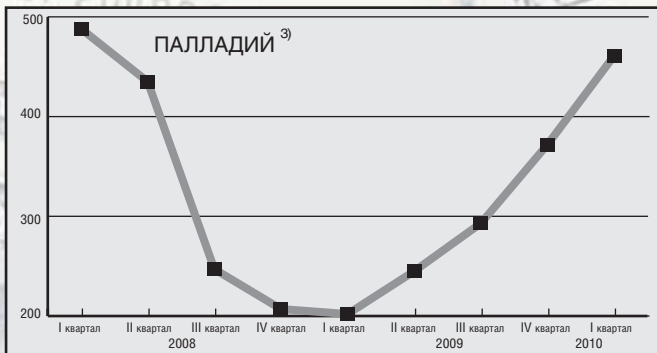
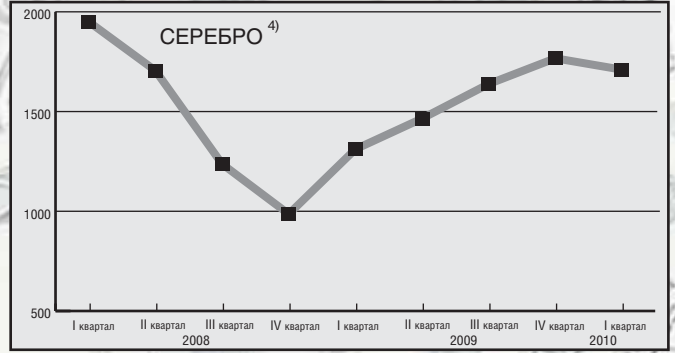
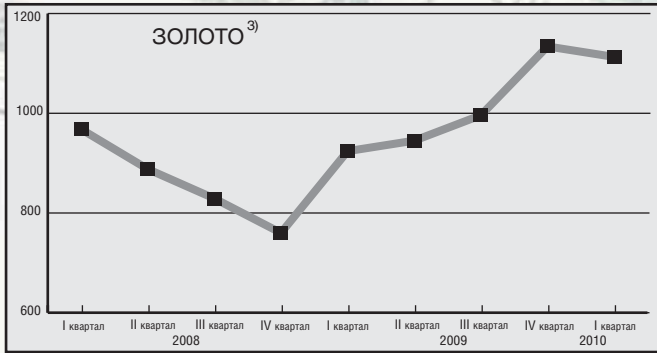




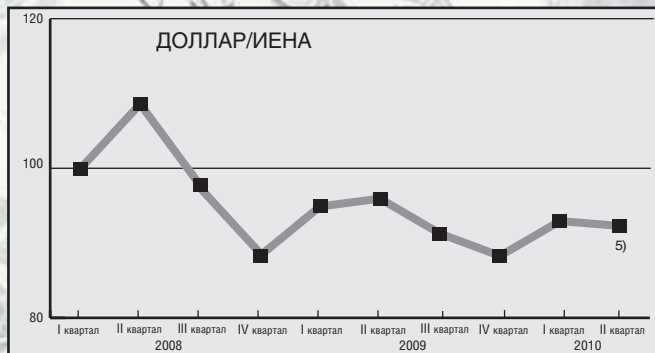
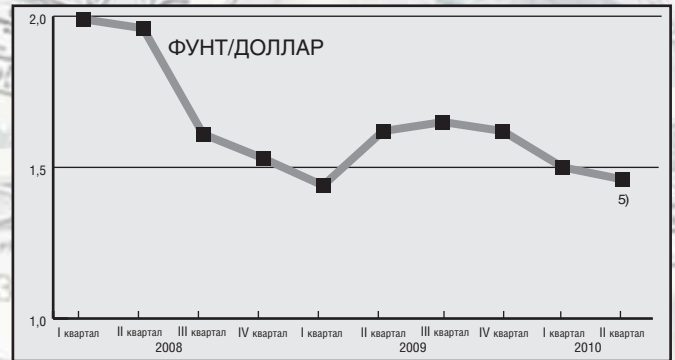
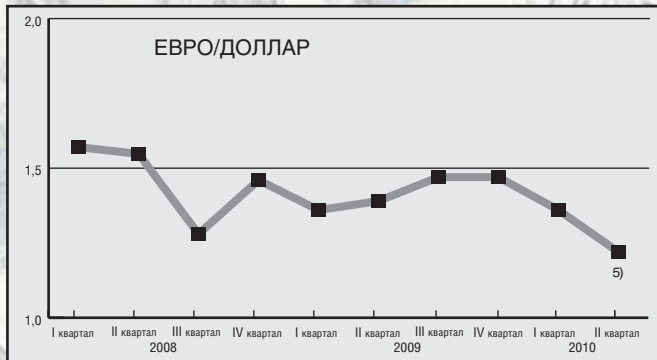


Динамика цен на драгоценные металлы и котировки основных валют

Драгоценные металлы<sup>1)</sup>



Валютные пары<sup>2)</sup>



- 1) На «свободном» рынке в Лондоне, средние цены за последний месяц квартала.
- 2) На середину последнего месяца квартала.
- 3) Вечерний фиксинг, дол. за тр. унцию.
- 4) Наличный товар, центов за тр. унцию.
- 5) На начало июня.

Источник: Metal Bulletin.

## МВЦ «Крокус Экспо», 2010 г.

### АВГУСТ

25 августа – 5 сентября, пав. 3, залы 12, 13, 14, 15  
МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ АВТОМОБИЛЬНЫЙ САЛОН–2010  
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

25–29 августа, пав. 2, залы 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11  
6-я Международная выставка «ИНТЕРАВТО–2010»  
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

25–26 августа, пав. 3, зал 17  
Международная выставка RUSSIAN BAR FAIR  
Организатор: «Асти Групп»

25–29 августа, открытая площадка № 6  
Московская автомобильная выставка-продажа  
«AUTO SALE EXPO / СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЯ АВТОСАЛОНОВ МОСКВЫ»  
Организатор: For-Expo Ltd

25 августа – 5 сентября, пав. 3, зал 12  
1-я выставка-ярмарка АЛМАЗНЫЙ ПАРКИНГ  
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

### СЕНТЯБРЬ

4–5 сентября, пав. 2, зал 6  
Выставка-продажа «САЛОННЫЕ СОБАЧКИ–2010»  
Организатор: Балашова Екатерина Юрьевна

6–8 сентября, пав. 2, зал 8  
1-й конгресс и выставка «ЭКСПОСИТИТРАНС»  
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

10–12 сентября, пав. 2, зал 5  
Международная специализированная выставка-ярмарка  
«СВАДЕБНЫЙ РАЙ/WEDDING PARADISE–2010»  
Организатор: Международная выставочная компания «ДЭВИКТА ЭКСПО»

14–16 сентября, пав. 2, зал 10  
18-я специализированная выставка индустрии рекламных сувениров,  
бизнес-подарков и материалов для промоушн  
«IPSA РЕКЛАМНЫЕ СУВЕНИРЫ. ОСЕНЬ–2010»  
Организатор: «ИПСА Рекламные сувениры»

14–16 сентября, пав. 2, зал 6  
13-я Международная специализированная выставка канцелярских  
и офисных товаров «СКРЕПКА ЭКСПО. ОСЕНЬ–2010»  
Организатор: «Скрепка Экспо Проект»

14–16 сентября, пав. 1, залы 3, 4  
12-я Международная выставка домашнего текстиля и тканей  
для оформления интерьера HEIMTEXTIL RUSSIA–2010  
Организатор: «Мессе Франкфурт РУС»

14–16 сентября, пав. 1, зал 2  
Международная выставка современных технологий и оборудования  
для химической чистки, стирки и профессиональной уборки  
«TEXCARE RUSSIA»  
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо», «Мессе Франкфурт РУС»

14–17 сентября, пав. 3, зал 13  
3-я Международная специализированная выставка «ОЧКОВАЯ ОПТИКА»  
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

14–17 сентября, пав. 2, залы 9, 11  
Международная специализированная выставка хозяйственных товаров,  
посуды и товаров для дома HOUSEHOLD EXPO–2010  
Организатор: «МОККА Экспо Групп»

15–17 сентября, пав. 2, зал 7  
5-я Международная выставка деловой авиации JET EXPO– 2010  
Организатор: Jet Expo LLC

20–23 сентября, пав. 2, зал 8  
Международная выставка технологий, оборудования и материалов  
для стоматологии «ДЕНТАЛ ЭКСПО–2010»  
Организатор: «ДЕ–5»

21–24 сентября, пав. 1, залы 1, 3, 4  
16-я Международная туристская выставка «ОТДЫХ / LEISURE–2010»  
Организатор: «Евроэкспо»

23–25 сентября, пав. 3, зал 15  
Всеобластная выставка «ПОДМОСКОВЬЕ–2010»  
Организатор: «Экспо–Москва»

26–29 сентября, пав. 3, залы 13, 14  
13-я Международная выставка  
«ПИР – ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА–2010»  
Организатор: ЗАО «ПИР Групп»

27–30 сентября, пав. 3, залы 17, 18  
Международная специализированная выставка обуви, сумок и аксессуаров  
«МОСШУЗ– 2010»  
Организатор: «МосШуз»

30 сентября – 3 октября, пав. 3, зал 15  
9-я Международная специализированная выставка  
«ОХОТА. РЫБАЛКА. ОТДЫХ. ОСЕНЬ–2010»  
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

### ОКТАБРЬ

5–8 октября, пав. 1, залы 2, 4  
3-я Международная выставка «ПРОМЫШЛЕННЫЙ ФОРУМ»  
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

5–8 октября, пав. 1, зал 3  
Международная специализированная выставка  
«СТАНКОСТРОЕНИЕ – 2010»  
Организатор: Right Solution

6–9 октября, пав. 3, зал 12  
Международная выставка компонентов для сельскохозяйственной,  
строительно-дорожной, коммунальной и горнодобывающей техники  
«КОМПОНЕНТЫ МОБИЛЬНОЙ ТЕХНИКИ–2010»  
Организатор: MBK

6–9 октября, пав. 2, залы 5, 6, 7, 8  
Международная специализированная выставка  
I SALONI WORLDWIDE MOSCOW–2010  
Организатор: Cosmit S.p.a

6–9 октября, пав. 3, залы 13, 14  
Международная специализированная выставка сельхозтехники  
«АГРОСАЛОН–2010»  
Организатор: Агентство развития «Союзагромаш»

7–10 октября, пав. 1, зал 1  
Выставка технического антиквариата  
XVI ОЛДТАЙМЕР ГАЛЕРЕЯ ИЛЬИ СОРОКИНА  
Организатор: «Олдтаймер»

16–17 октября, пав. 1, залы 3, 4  
Выставка собак «РОССИЯ–2010»  
Организатор: Российская Кинологическая Федерация

19–22 октября, пав. 2, зал 5  
15-я Международная специализированная выставка  
«ЭТИКЕТКА/LABELSHOW'2010»  
Международная специализированная выставка цифрового печатного  
оборудования и кросс-медийных систем, в том числе для печати  
переменных данных, персонализации изображений и транзакционной  
печати ON DEMAND EXPO  
Организатор: MBK

20–23 октября, пав. 3, залы 13, 14, 15  
17-я Международная выставка парфюмерии и косметики InterCHARM–2010  
Организатор: «Рид-СК»

21–24 октября, пав. 1, зал 1  
Международная специализированная выставка  
«РЫНОК ЗЕМЛИ В РОССИИ»  
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

21–24 октября, пав. 2, залы 6, 7, 8  
Международная выставка конной индустрии RINNI EXPO–2010  
Организатор: Международный холдинг конной индустрии в России RINNI GROUP

25–28 октября, пав. 1, зал 2  
МЕЖДУНАРОДНЫЙ АВТОТРАНСПОРТНЫЙ ФОРУМ 2010  
Организатор: ООО «Продвижение»

26–29 октября, пав. 1, зал 4  
9-й Международный форум PCVEXPO'2010  
9-я Международная специализированная выставка промышленных  
насосов и систем «НАСОСЫ'2010»  
9-я Международная специализированная выставка компрессорной  
техники, пневматики и пневмоинструмента «КОМПРЕССОРНАЯ ТЕХНИКА.  
ПНЕВМАТИКА. ПНЕВМОИНСТРУМЕНТ'2010»  
9-я Международная специализированная выставка промышленной  
и трубопроводной арматуры «АРМАТУРА'2010»  
8-я Международная специализированная выставка приводов,  
двигателей, вспомогательного оборудования, материалов  
«ПРИВОДЫ И ДВИГАТЕЛИ'2010»  
Организатор: MBK

26–29 октября, пав. 1, зал 3  
13-я Международная специализированная выставка оборудования,  
комплектующих, материалов, технологий и услуг для металлообработки  
и машиностроения «МАШИНОСТРОЕНИЕ / MASHEX–2010»  
Организатор: MBK

26–29 октября, пав. 3, зал 12  
Международная рыбохозяйственная выставка «InterFISH–2010»  
Организатор: ООО «Старая Крепость», Федеральное агентство по  
рыболовству

*В программе выставок возможны изменения и дополнения*



# СПИСОК ЭКСПОНЕНТОВ И ПЛАНЫ ВЫСТАВОЧНЫХ ПАВИЛЬОНОВ

## 5

5 КОЛЕСО, ЖУРНАЛ A 550

## A

AUDI RUSSIA D 302  
WWW.AVTO.RU \*

## B

BMW GROUP РОССИЯ D 205  
BRABUS D 206  
BUSNEWS, АВТОБУСНЫЙ ПОРТАЛ A 481

## C

CAR, ЖУРНАЛ A 485  
CARSGURU.RU A 382  
CHANCE A 562, C 205-2  
CITROËN РОССИЯ C 102  
ДЦ СОЛЛЕРС, ООО C 104-1

## H

HAMANN A 366

## I

IGNITIONE, ЖУРНАЛ A 484

## J

МАРКА JEEP, ЗАО «КРАЙСЛЕР РУС» C 204-1

## L

LADA C 105  
LEXUS, ООО «ТОЙОТА МОТОР» D 106

## M

ООО «РОЛЬФ ИМПОРТ», ДИСТРИБЬЮТОР  
MITSUBISHI MOTORS В РОССИИ B 103

## O

OFFROADCLUB.RU A 480

## P

PORSCHE D 202

## Q

QUATTROQUOTE, ЖУРНАЛ, ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «БУРДА» C 108

## R

RENAULT В РОССИИ B 202

## T

TOYOTA, ООО «ТОЙОТА МОТОР» C 101

## V

VOLKSWAGEN C 202, 12 W 100

## A

A1 АВТО АЛАРМ СЕРВИС A 365  
АВТО ПЛЮС, ТЕЛЕКАНАЛ A 521  
АВТО@MAIL.RU C 107-3  
АВТОБИЗНЕСРЕВИЮ A 483  
АВТОМЕДИА, ИД A 403  
АВТОМИР, ЖУРНАЛ, ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «БУРДА» C 108

АВТОМОБИЛИ И ЦЕНЫ  
АВТОМОБИЛИ, ЖУРНАЛ, ООО «НРТ»  
АВТООПЫТ, ЖУРНАЛ  
АВТОПАНОРАМА, ЖУРНАЛ  
АВТОРАДИО  
АГЕНТСТВО РЭЙСИНГ НЬЮС  
АГТ ГЕОЦЕНТР, ООО  
АДС-ТЕХНИКА, ЖУРНАЛ  
АЛАРМ ТРЕЙД, ООО  
АССОЦИАЦИЯ ЕВРОПЕЙСКОГО БИЗНЕСА

A 561  
A 450  
A 548  
C 107-1  
A 305  
\*

A 402  
A 547  
A 530  
\*

ГАЗПРОМНЕФТЬ-СМ, ООО  
ГРЕЙТ УОЛЛ МОТОР КОМПАНИ ЛИМИТЕД  
ГРУППА ГАЗ

C 205-1  
B 105  
C 106

## Д

ДАНЛОП ТАЙР СНГ, ООО  
ДЕЛОВОЕ СОВЕРШЕНСТВО.  
РИА «СТАНДАРТЫ И КАЧЕСТВО», ООО  
ДЖЕНЕРАЛ МОТОРЗ СНГ, ООО  
ДЭЙЛИКАРЗ

A 320  
A 544  
D 102  
\*

## З

ЗА РУЛЕМ, ИЗДАТЕЛЬСТВО, ООО  
ЗВЕЗДА, ТРК ВС РФ, ОАО  
ЗЕБРА, ПРОЕКТ

C 107-4  
\*

## И

БРЕНД ИНФИНИТИ, ООО «НИССАН МОТОР РУС»  
ИНГОССТРАХ, ОСАО  
ИТЭЛМА, НПП

D 101  
C 107-2  
A 420

## Й

ЙОКОХАМА РУС, ООО

C 206-2

## Б

БЕНТЛИ МОСКВА  
БИ УАЙ ДИ АУТО  
БОГДАН, КОРПОРАЦИЯ  
БЭККЕРИ КОМПАНИ, ООО  
ВИ ЛАВ ПАРТС «БЕЛЫЙ СЕРВИС»  
БИЗНЕС И ВЫСТАВКИ, ЖУРНАЛ

D 204  
C 110  
C 206-3  
A 400  
A 310  
A 405

## В

ВЕЛОМОТОРС, ООО  
ВОЛЬВО КАРС, ООО

A 315  
D 201

## Г

ГАЗПРОМ НЕФТЬ, ОАО

C 206-1

## ПАВИЛЬОН 3 ЗАЛ 12



## К

КАРОПЕРАТОР.РУ	A 542
КИА МОТОРС РУС	B 205
КОНТИНЕНТАЛ ТАЙРС РУС, ООО	A 330, 12 W 005

## Л

Л.А.КОННЕКШН	A 355
ЛЕНД РОВЕР	D 103, 12 W 001
ЛИКВИ МОЛИ	C 109-1

## М

МАЗДА МОТОР РУС, ООО	D 303
МАМИ, МГТУ	A 360
МВО	A 340
МЕГА-Ф СТОЛИЦА, ООО	A 425
МЕРСЕДЕС-БЕНЦ РУС, ЗАО	D 301
МК-МОБИЛЬ	A 406

## Н

БРЕНД НИССАН, ООО «НИССАН МОТОР РУС»	B 201
НОВОСТИ АВТОБИЗНЕСА	A 545

## О

ОПЕЛЬ	B 203
-------	-------

## П

ПЕЖО	C 203, D 203, 12 W 003
ПРЕСС КОД, ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ГРУППА, ООО	A 401
ПРОНТО-МОСКВА, ООО	A 520

## Р

РОСНЕФТЬ НК, ОАО	A 301
РОССИЙСКОЕ ФОТО, ЖУРНАЛ	A 570

## С

СТАРЛАЙН	A 306
СУБАРУ МОТОР, ООО	D 105
СУЗУКИ МОТОР РУС, ООО	C 103

## Т

ТАГАНРОГСКИЙ АВТОМОБИЛЬНЫЙ ЗАВОД, ООО «ТАГАЗ»	B 104
ТВОЯ ДОРОГА / MAKE ROADS SAFE, ЖУРНАЛ	A 001, A 381
ТЮНИНГ АВТОМОБИЛЕЙ, ЖУРНАЛ	*

## У

УАЗ, ОАО	C 104-3
----------	---------

## Ф

ФИАТ	C 204
ФИАТ КОММЕРЧЕСКИЙ ТРАНСПОРТ	C 104-2
ФОРД МОТОР КОМПАНИ	B 101
ФОРСАЖ, ЖУРНАЛ	*

## Х

ХАНКУК ТАЙР ЛТД.	A 430
ХЕНДЭ МОТОР СНГ	B 102, 12 W 004
ХОНДА МОТОР РУС	D 303

## Ч

ЧЕРИ АВТОМОБИЛИ РУС, ЗАО	C 207
--------------------------	-------

## Ш

ШЕВРОЛЕ	B 204
ШКОДА	C 201, 12 W 002

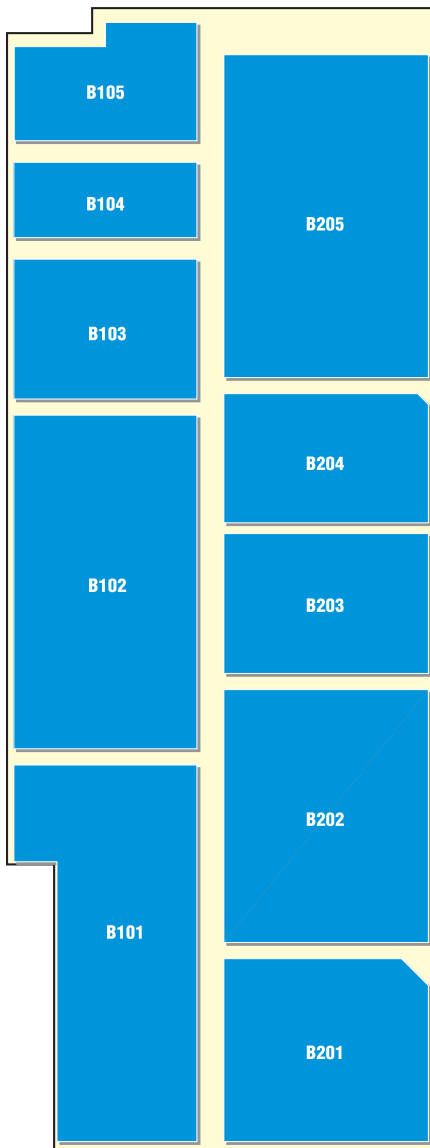
## Ю

ЮНИТИ ТРАСТ, БРОКЕРСКИЙ ДОМ, ОАО	A 380
----------------------------------	-------

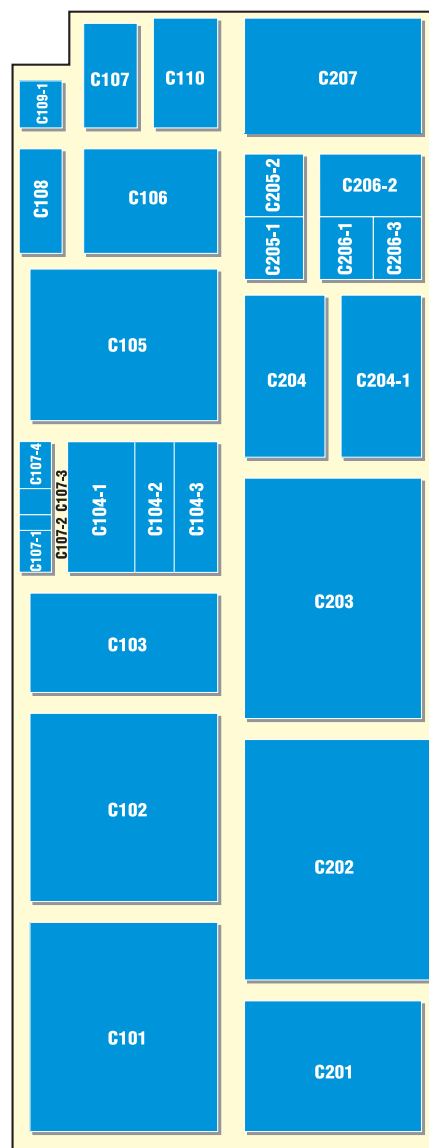
## Я

ЯГУАР	D 104
-------	-------

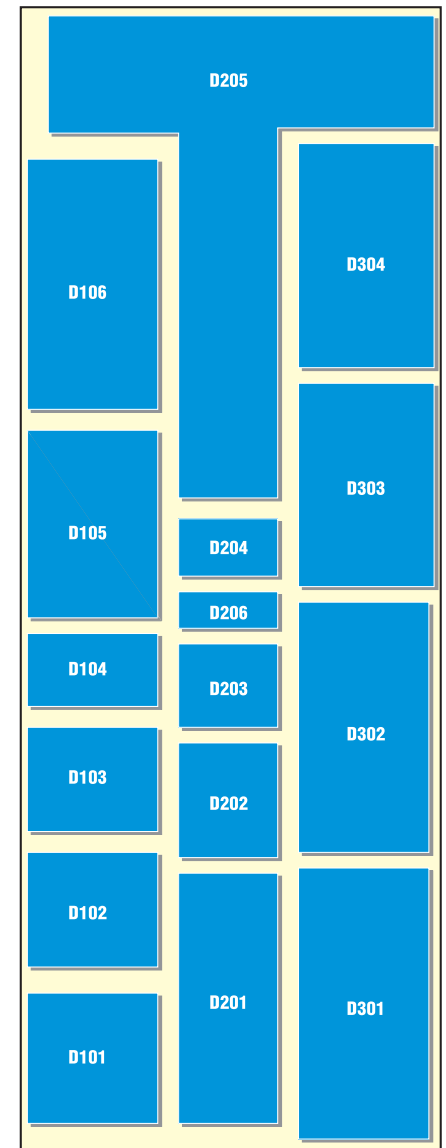
### ПАВИЛЬОН 3 ЗАЛ 13



### ПАВИЛЬОН 3 ЗАЛ 14



### ПАВИЛЬОН 3 ЗАЛ 15





## A

AIR FREN S.L.	K 151
AIRTEC SRL	M 616
AKIN OTO TIC. VE SAN. LTD. STI	M 540
ALCA MOBIL AUTO ACCESSORIES GMBH	M 417
AMADEO MARTI CARBONELL S.A. (AMC)	K 154
AOSHENG AUTO TRANSMISSION BELT MANUFACTURING CO., LTD.	*
ASAS FILTRE SANAYI VE TICARET A.S.	M 360
ATEK MAKINA SAN.TIC.A.S	K 454
ATILLA TEKSTIL LTD.STI.	M 362
AUTOKOVRIK.RU	M 560
AUTOPROMOTEC - PROMOTEC SPA	M 617
AUTOSPAR, OOO	K 421
AVS™ (КОМПАНИЯ СВ - АВТО)	G 411
AVTOS. OOO	8W300-1
AXIS-AVTO, OOO	G 402

## B

B & C SRL HYDROPRESS	M 615
BAOLAI TIMINGBELTS CO., LTD.	*
BASKURT MOTOR VE KABLO SANAYI A.S.	M 552
BEIJING CHENGSHUNHANGXING CO., LTD.	M 690-4
BEYZAT OTOMOTIV GIDA TURZ.SAN.TIC.LTD.STI.	M 451
BIG FILTER	M 252
BRANO GROUP A.S.	M 140-2
F.LLI BONEZZI S.R.L.	M 616

## C

CAREXPO.RU, АВТОМОБИЛЬНЫЙ ПОРТАЛ	M 781
CARFASHION	M 549
CARFU CAR ACCESSORIES CO., LTD.	K 178
CATTINI OLEOPNEUMATICA SRL	M 616
CDD-NAVTELECOM. LLC	G 310
CENTRO ESTERO PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE	M 534
CHANGZHOU FEITUO MOULDED PLASTIC CO., LTD.	K 278
CIXI AEMEKE BEARING CO., LTD.	K 175
CIXI MINGSHI AUTOMOBILE ACCESSARIES FACTORY	K 172
CNA SERVIZIO ESTERO SRL REGIONE EMILIA-ROMAGNA	M 617
COJALI, S.L.	K 152
COMPLEX RUSSIA (CX)	M 700
CROCOAUTO.RU	H 515
CUYMAR SUSPENSION PARTS	K 150

## D

DE JIE CO., LTD.	*
DINO PAOLI SRL	M 612

## E

E. SASSONE SRL	M 535
E.CO. S.R.L.	M 530
EKOMAK ENDUSTRIYEL KOMPRESOR VE MAKINA	K 435
SANAYI VE TICARET A.S.	K 452
EMEK RIVETS CO.LTD	M 171
EMEX	*
ENISEY AUTOMOBILE PARTS CO., LTD.	G 420
ERICKSON INTERNATIONAL, LLC	M 251
EUROBMSYSTEM	

## F

FAE - FRANCISCO ALBERO S.A	K 156
FARECLA POLSKA SP. Z O.O.	H 265
FENNOSTEEL OY	M 513
FLAG™ ATS AUTOTEILE-TRANSFER-SERVICE GMBH	K 231
FOX AUTOTECHNIL GMBH	M 420
FRAP S.R.L.	M 531
FROM CONCEPT TO CAR	M 534
FUJIAN FEICHI MACHINERY CO., LTD.	K 272
FUTEK ALLOY WHEEL CO., LTD.	*

## G

GASGOO INTERNATIONAL	K 171, K 173
GEMA MOTORS (OOO «ТУЛС ТРЕЙД»)	G 456
GERMANY, FEDERAL REPUBLIC OF GERMANY,	
JOINT COMPANIES EXHIBITION WITH INFORMATION STAND	M 411
GHIBAUDI MARIO S.P.A.	M 534
GIS SRL DI G. SGARBI & C.	M 616
GUANGZHOU HELIOSON CAR CARE CO., LTD.	K 274
GUANGZHOU HONGDAO AUTOMOTIVE PARTS CO., LTD.	K 174
GUANGZHOU LIANCHENGELECTRONIC TECHNOLOGY CO., LTD.	K 370
GUANGZOU OULONDON INDUSTRIAL CO., LTD.	G 440-1

## H

HANGHAI BAOFANG METALLIC MULTILAYER MATERIALS CO., LTD.	M 680-2
HANGZHOU SPRING CO., LTD.	*
HERZOG™ ATS	
AUTOTEILE-TRANSFER-SERVICE GMBH	K 231
HEYNER GMBH	M 413
HEYNER MOBIL AUTOMOTIVE GMBH	M 415

HONGEAN IMPORT & EXPORT CO., LTD.	M 740
HT CARDAN SHAFT MANUFACTURING CO., LTD.	M 470-1
HTC SRL UNIPERSONALE	M 616
HUARI VEHICLE PARTS CO., LTD.	M 690-5

## I

ICER BRAKES, S.A.	K 160
IMAG INTERNATIONALER MESSE -	
UND AUSSTELLUNGSDIENST GMBH	M 411
INTERNAL COMBUSTION ENGINE GASKET CO., LTD.	*
ITAMEKS - IDEKA	M 450

## J

JIAN DOUHER INDUSTRIAL MANUFACTURING CO., LTD.	M 570-3
JIANG YIN YONG CHANG TRAFFIC MACHINERY PARTS CO., LTD.	M 173
JIANGXI OLITE CYLINDER LINER CO., LTD.	K 180
JIAOXING JIA LI DA AUTO PART CO., LTD.	M 174
JIAOXING WINSEN IMP. & EXP. CO., LTD.	M 570-1
JOST ABRASIVES	M 414

## K

KAYATEL YAYILAR IMALAT SAN. VE TIC.LTD.STI	M 452
KEEN TECH MANUFACTURING CO., LTD.	*
KINGLAND TRANSMISSION INDUSTRY CO., LTD.	*
KINGONE INDUSTRIAL CO., LTD.	M 470-3
KLORA GREASE & LUBRICATING OIL COMPANY	M 550
KOBO CO., LTD.	K 270
KORMAS ELEKTRIKLI MOTOR SAN.VE TIC.LTD.STI.	M 551

## L

L & D S.A.U.	K 143
L.LOCKER, КОМПАНИЯ	M 351
LEONI BORDNETZ-SYSTEME GMBH	M 412
LONGER INDUSTRY CO., LTD.	*
LSA GROUP INC	M 154
LUBKE & VOGT GMBH & CO. KG	M 416

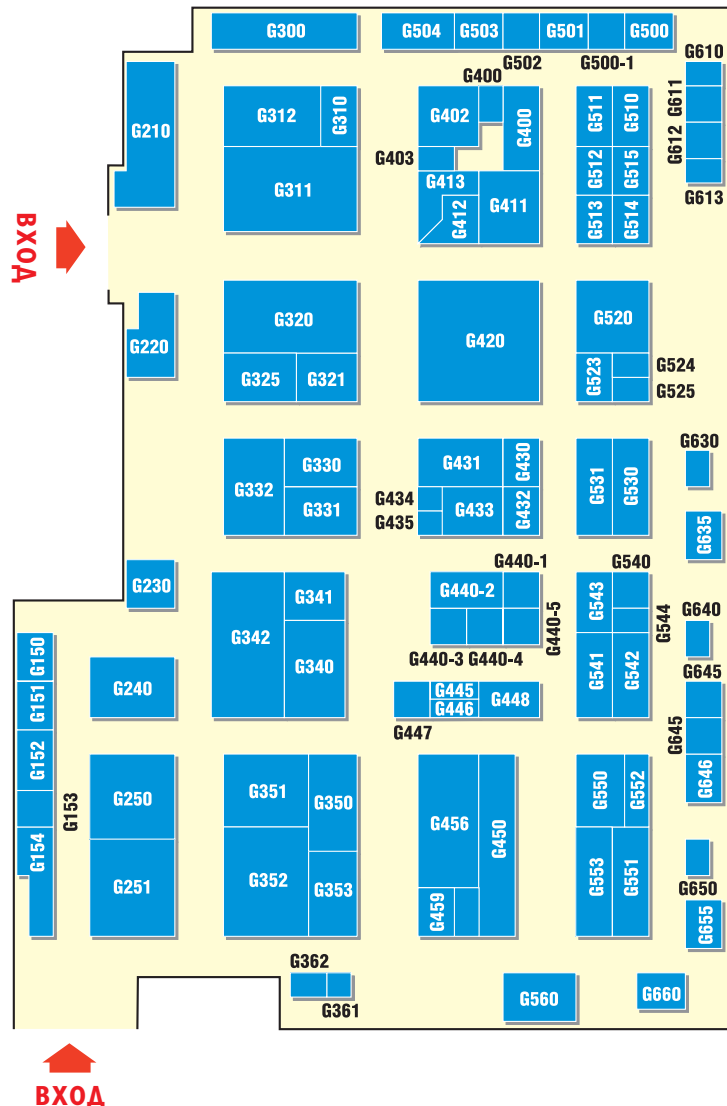
## M

MADE-IN-CHINA.COM	G 448
MAGICIA CARBON GROUP, LTD.	M 580-9
MASSI OTOMOTIV SAN.VE TIC.LTD.STI.	M 552-1
MAXINTER	G 552
MEDICI SRL	M 614
MFILTER	M 132
MINGLIANG AUTO PARTS CO., LTD.	*
MOTOR GOLD	H 412
MTM INDUSTRIES SP. Z O.O.	K 422
MTP GROUP	M 643

## N

NAGARES, S.A.	K 141
NANJING GUIHANG AUTO PARTS CO., LTD.	M 580-10
NEWTOP MACHINE	M 470-6
NINGBO BEILUN SENSHENG MECHANIC CO., LTD.	K 181
NINGBO FURIS TRAFFIC EQUIPMENT CO., LTD.	K 176
NINGBO JIANGBEI EASTBAO AUTOMOBILE ELECTRICAL CO., LTD.	K 081
NINGBO JINGCHENG CAR INDUSTRY CO., LTD.	M 580-2
NINGBO PACEMAKER AUTO APRTS MANUFACTURNG CO., LTD.	M 580-8
NINGBO SAKESI AUTOMOTIVE PARTS CO., LTD.	K 280
NINGBO STONE AUTO ACCESSORY CO., LTD.	K 170

### ПАВИЛЬОН 2 ЗАЛ 5



NINGBO YEDA AUTOMOBILE PARTS CO., LTD. K 080  
 NINGBO YUANZHOU AUTO ELECTRIC EQUIPMENT CO., LTD. K 271

## O

OE MEMBER (RUIAN) CO., LTD. M 580-5  
 OMTEK OTO A.S. M 568  
 OZENMIS OTOMOTIV BAKIM URUNLERI VE AKSESUARLARI I  
 MALATI PAZARLAMA SANAYI VE TICARET M 553

## P

PILENGA M 221  
 PMS G 502

## R

RADEX-EUROPE H 350  
 RAGADE DIS TICARET LTD.STI. M 569-1  
 REAL S.P.A. M 533  
 RMPA SRL UNIPERSONALE M 341  
 RUIAN BOMETEC ELECTRONICS CO., LTD. M 580-1  
 RUIAN BOWEI VEHICLE PARTS CO., LTD. M 680-4  
 RUIAN CHAOLI AUTOMOBILE PARTS CO., LTD. M 690-2  
 RUIAN DELI STANDARD PARTS MANUFACTURING CO., LTD. G 440-5  
 RUIAN FONHO AUTOMOTIVE CO., LTD. M 470-5  
 RUIAN GUOCHENG AUTOMOBILE PARTS CO., LTD. M 670-3  
 RUIAN HONG WEI TE AUTO PARTS CO., LTD. M 470-4  
 RUIAN HONGRUI AUTOMOBILE PARTS CO., LTD. M 690-6  
 RUIAN SAIMA AUTO PARTS CO., LTD. M 490-1  
 RUIAN XINHUA AUTO PARTS FACTORY M 680-1  
 RUIAN XINYUE AUTO PARTS CO., LTD. M 670-2  
 RUIGUANG ELECTRIC APPLIANCES FACTORY M 580-6

## S

S.I.D.A.T. S.P.A. M 534  
 SANZ K 153  
 SDK GROUP AND, ИП, 000 M 080  
 SERNAUTO K 162  
 SHANDONG SHENGTAI WHEEL CO., LTD. K 277  
 SHANDONG XINGMIN WHEEL CO., LTD. K 276  
 SHANGHAI MACHAGE INDUSTRY CO., LTD. G 440-3  
 SHENSHI BEARING CO., LTD. \*  
 SHENZHEN ONSU ELECTRONIC TECHNOLOGY CO., LTD. K 179  
 SHENZHEN TOPBAND CO., LTD. K 273  
 SHOUGUANG KANGYUE TURBOCHARGER CO., LTD. G 440-4  
 SIDEXPORT S.R.L. M 533  
 SIM G 515  
 SONAX H 322  
 ST.M. H 361  
 SUPSAN ENGINE PARTS M 453

## T

T.S.T. LIFT AMORTISOR OTOMOTIV YEDEK PARCA METAL  
 SAN.TIC.LTD.STI M 550-1  
 TAIWAN DINGLI CO., LTD. K 070  
 TAMIS OTOGAG SAN.TIC.LTD. M 454  
 TAPLA K 155  
 TARIMSAN A.S. M 566  
 TECHKING TIRES LIMITED K 265  
 TECNA SPA M 611  
 TECNOMOTOR SPA M 613  
 TEKNO ALFA S.R.L. M 534  
 TESLA BLATNA, A.S. M 140  
 TOMIROVKA.RU G 300  
 TORINO CHAMBER OF COMMERCE M 534  
 TORK™ (ООО «ЭССИЭЙ ХАЙДЖИН ПРОДАКТС РАША») K 232  
 TRIANGLE TYRE CO., LTD. K 200  
 TROTON SP. Z.O.O. H 520

## U

ULTRONIX PRODUCTS LTD. K 279, K 281  
 USMER KAUCUK SAN.VE TIC.LTD.STI. K 451

## V

VATAN PRES OTOMOTIV VE METAL ESYA  
 SANAYI VE TICARET LTD.STI. M 361  
 VDA - GERMAN ASSOCIATION OF THE AUTOMOTIVE  
 INDUSTRY M 411

## W

F.G.WOLF SRL. M 610  
 WANGLONG AUTO PARTS CO., LTD. \*  
 WELTAKE INDUSTRIAL CO., LTD. M 460  
 WENZHOU CITY KANGSONG AUTO PARTS CO., LTD. M 580-4  
 WENZHOU DATONG PISTON PUMP CO., LTD. M 590  
 WENZHOU HOW FINE INTERNATIONAL TRADE CO., LTD. M 690-1  
 WENZHOU IMG AUTOPARTS CO., LTD. M 570-2  
 WENZHOU JIEFENG IMPORT & EXPORT CO., LTD. M 670-1  
 WENZHOU ONLYONE AUTO PARTS & ACCESSORIES  
 MANUFACTURE CO., LTD. M 470-2  
 WENZHOU SONGDA SHOCK ABSORBER CO., LTD. M 690-3  
 WENZHOU TIANQIU ELECTRICAL CO., LTD. G 440-2  
 WILLSON M 633  
 WINBO-RUSSIA G 251

## X

XIAOSHAN WANTONG AUTOMOBILE PARTS MANUFACTURE CO.,  
 LTD. \*  
 XUCHANG TONGDA AUTOMOBILE WHEEL CO., LTD. K 275

## Y

YONGGU AUTO-PARTS CO., LTD. \*  
 YUYAO ZHENAN ELECTRIC APPLIANCE CO., LTD. K 177

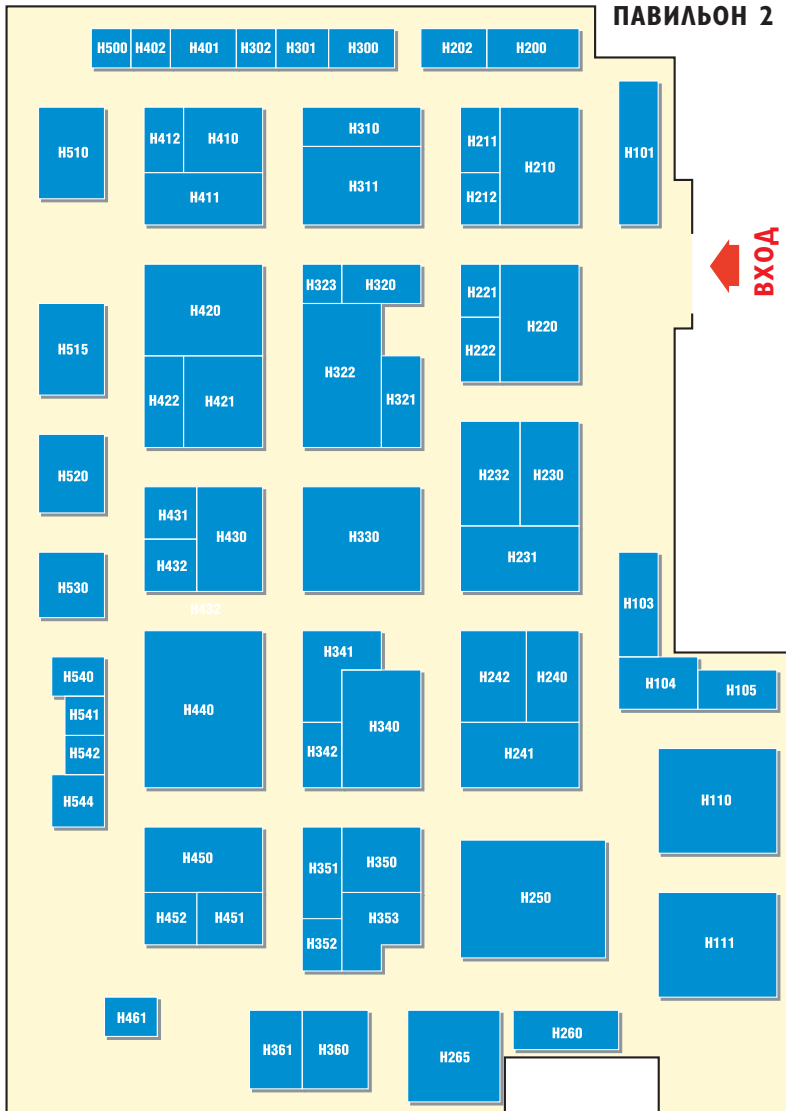
## Z

ZEJIANG ZHENHUAN AUTOMOBILE SERVICE  
 EQUIPMENT CO., LTD. K 472  
 ZHEJIANG BAOKANG WHEEL MANUFACTURE CO., LTD. M 670-6  
 ZHEJIANG ANGU AUTO PARTS CO., LTD. M 580-2  
 ZHEJIANG HENGLI BRAKE VALVE CO., LTD. M 680-5  
 ZHEJIANG HENKO AUTO SPARE PARTS CO., LTD. M 570-4  
 ZHEJIANG QINGYUAN AUTO PARTS CO., LTD. M 670-4  
 ZHEJIANG SANNING APPLIANCES COMPANY M 680-6  
 ZHEJIANG SHANGZHONG PISTON RING M 670-5  
 ZHEJIANG SUNYA GROUP IM & EX CO., LTD. M 680-3  
 ZHEJIANG YINHONG AUTO & MOTORCYCLE  
 ACCESSORIES CO., LTD. M 580-7  
 ZHEJIANG ZIJINGANG RUBBER BELT CO., LTD. K 071

## A

АБИ-ДЕКОР, ООО M 569-2  
 АБИКСТЕХНОЛОДЖИ, ООО G 352  
 АБ-ИНЖИНИРИНГ, СМЦ K 432  
 АВАНТИ K 310  
 АВИТА, ООО G 151  
 АВТО ИМПЭКС ГРУП M 372  
 АВТО МЕДИА, ГРУППА ИЗДАНИЙ G 630  
 АВТО ЮНИОН, ТОРГОВЫЙ ДОМ, ООО M 340  
 АВТО-АЛЬЯНС ТД M 342  
 АВТОАПТЕЧКА, ООО M 735  
 АВТОАТЕЛЬЕ «В & М» K 400  
 АВТОБИЗНЕСРЕВЮ M 770  
 АВТОБОСС, КОМПАНИЯ M 563  
 АВТОБРА G 523  
 АВТОГИДРОУСИЛИТЕЛЬ, БОРИСОВСКИЙ ЗАВОД, ОАО K 062  
 АВТОГЛУШИТЕЛЬ M 623  
 АВТОГРАФ ТД, ООО H 311  
 АВТОДАТА K 412  
 АВТОДЕН, ООО G 154  
 АВТОДЕТАЛЬ-СЕРВИС, ОАО M 142  
 АВТОДЖЕТ, ЗАО G 513  
 АВТОДИЛЕР КОМПАНИЯ, ООО K 264  
 АВТОЗАПЧАСТИ И ЦЕНЫ, ЖУРНАЛ M 781  
 АВТОЗАПЧАСТЬ БАКСАНСКИЙ ЗАВОД, ОАО M 620  
 АВТОКЕМ, ООО H 352  
 АВТОКОМ ПГ M 260  
 АВТОКОМПЛЕКТ M 162  
 АВТОКОМПЛЕКТ, ООО M 522  
 АВТОКОМПОНЕНТ M 170  
 АВТОКОМПОНЕНТЫ-ГРУППА ГАЗ, ООО M 652  
 АВТОКУБАНЬ, ЖУРНАЛ \*  
 АВТОМАРКЕТ, ООО M 654  
 АВТОМАРКЕТ-С, ООО M 261  
 АВТОМЕДОН-М, ООО M 032  
 АВТО-МОТОРС, ООО M 562  
 АВТОПАРТНЕР, КОМПАНИЯ, ООО K 122  
 АВТОПАРФЮМ K 223  
 АВТОПЕРЕВОЗЧИК, ЖУРНАЛ G 153  
 АВТОПРИБОР ПРОМЫШЛЕННАЯ КОМПАНИЯ, ООО M 274  
 АВТО-ПРОГНОЗ, ЗАО M 241

## ПАВИЛЬОН 2 ЗАЛ 6



ВХОД

ВХОД



АВТОПРОФИ, ООО	M 350
АВТОРЕКЛАМА-ОПЫТ, ЖУРНАЛ	M 667
АВТОРОСМАШ КОМПАНИЯ, ООО	M 040
АВТОСЕТ	G 412
АВТОСОЮЗ	M 653
АВТО-СТАРТ, ООО	G 646
АВТОТЕМА, ООО	G 361
АВТОТРАНСИФФ	G 525
АВТОТРЕЙД	M 660
АВТОЭКСПЕРТ, ООО	K 161
АВТОЭЛЕКТРОНИКА, ООО	M 541
АВТЮНИОН, ООО	M 111
АВТРАМАТ, ОАО	G 511
АВТРАМАТ-ЮГ, ООО	G 511
АГАТ-АВТО, ООО	H 510
АДДИНОЛ РУС, ООО	H 101
АДК, ООО	K 572
АДРЕС КОМФОРТА	M 501
АДРИЯ-СЕРВИС	H 241
АДС-ТЕХНИКА, ЖУРНАЛ	G 362
АЕ ГРУПП, ООО	K 051
АЕР, ООО	G 635
АЗИЯ МОТОРС	M 045
АЗОВ-ТЭК, ООО	K 340
АИСТ, ООО	K 021
АЙТЭРА, АГЕНТСТВО ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	M 771
АЙ ПИ ЭФ-ЛАЙТ	G 325
АЙ ЭМ ПИ ГОЛД	G 400
АЙ-ЭМ-ДЖИ	H 220
АКК, ООО	G 645
АКСИОМА №1, ЗАО	M 631
АЛАЙД НИППОН, ООО	K 212
АЛИНА ТЕХНИК	K 321
АЛКАР РУС, ООО	M 110
АЛТАНШИНА	K 430
АЛЬТОНИКА	G 240
АМД, ЗАО	*
АМЕВРО	K 433
АНДОР, ООО	M 650
АПИКО-АВТО	H 111
АРСО ГРУПП, ООО	G 503
АРТЕГ, ООО	K 460
АРТРЕЙСИНГ	H 544
АСС	K 360
АССОЦИАЦИЯ ЕВРОПЕЙСКОГО БИЗНЕСА	*
АСТРОХИМ НПП, ООО	H 103
АТИС, ООО	H 232
АТЛАНТ	M 222
АТМАН, ООО	K 577
АТОЛЛ ГРУПП, ООО	M 462
АУДИОСИСТЕМЫ, ООО	G 541
АУРАМИ, ООО	M 270

**Б**

БАУТЛЕР	M 161
БЕЛБЕЕВСКИЙ ЗАВОД «АВТОКОМПЛЕКТ»	M 644
БЕЛМАГ НПО, ЗАО	M 524
БЕЛХИМГРУПП, СООО	H 461
БЕРСЕКЕР, АВТОСЕРВИС, ООО	G 401
БЕРУ, ООО	K 140
БИ-КОСТ	M 155
БИОТРЕЙД, ООО	M 542
БИОХИМ-ТРЕЙД	H 542
БУЛСТАРТ-СЛИВЕН	M 251

**В**

ВАЛГО-АВТО, ЗАО	K 210
ВАТИ-АВТО, ЗАО	M 542
ВЕБАСТО РУС, ООО	M 421
ВЕКТОР, КОМПАНИЯ	K 500
ВЕКТОР, ООО	K 260
ВЕСТВЭРД	H 330
ВИАНОР	K 340
ВИЗАНТ 55	M 143
ВИКТОРИЯ-НН, ООО	K 573
ВИСОТ	H 302
ВИТАЛФАРМ	M 521
ВОЛГААВТОПРОМ	M 441
ВОЛЬТАЖ	M 632
ВОЯЖ СЕВЕРО-ЗАПАД, ООО	M 215
ВСМПО-АВИСМА, КОРПОРАЦИЯ, ОАО	M 366
ВЭЛКОНТ, ЭЛЕКТРОМАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫЙ ЗАВОД, ОАО	G 500-1
СП ВИТЦЕНМАНН РУССИЯ	M 425

**Г**

ГАРДИА	K 411
ГАРО, ГРУППА КОМПАНИЙ	K 440
ГЕЙТС СНГ, ООО	K 320
ГЕНМОТ-РУС, ООО	M 630
ГЛАСТЕК, ООО	H 541
ГРОЗ, ООО	H 500
ГРУЗОВИКПРЕСС, ЖУРНАЛ (ЗАО «РИА «РОССБИЗНЕС»)	G 640
ГРУППА ГАЗ	M 625

**Д**

ДАЙДО МЕТАЛЛ РУСЬ	M 442
ДАЛИ-АВТО, ООО	M 401
ДАТ-РУС, ЗАО	G 512

ДАФМИ, ООО	M 511
ДВК ПРЕДПРИЯТИЕ	*
ДЕЛО ТЕХНИКИ, ООО	K 243
ДЕЛФИН ИНДАСТРИ, ЗАО	H 420
ДЕМФИ, ООО	M 737
ДЖЕНЕРАЛ ТРЕЙД	M 626
ДЖЕТРО, ЯПОНСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ПО РАЗВИТИЮ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ	M 443
ДИ ДЖИ ЛАЙН ГРУПП	M 520
ДИАЛОГ, ТОРГОВАЯ КОМПАНИЯ, ООО	H 421
ДИАС ТРАНСМИШНС	M 500
ДИАС-ТУРБО	M 400
ДИМИТРОВГРАДСКАЯ ФИНАНСОВАЯ КОМПАНИЯ, ООО	M 439
ДИМИТРОВГРАДСКИЙ ВЕНТИЛЬНЫЙ ЗАВОД, ООО	K 423
ДИФА-АВК, ООО	M 123
ДОЖДЬ, ООО	M 021
ДР. ФРЕШ, ООО	H 402

**Е**

ЕВРОАВТОМОБАЙЛ, ООО	M 651
ЕВРОПЕЙСКАЯ МАСЛЯНАЯ КОМПАНИЯ, ООО	H 105
ЕВРОПЛАН, ЗАО	G 514
ЕВРОСИВ	K 110
ЕВРОТЮНИНГ	G 042
ЕЗТАТИ, ООО	K 360
ЕЛДИКС	M 130

**З**

ЗАВОД ГИДРОПРИВОДНЫХ СИСТЕМ, ООО	M 010
ЗАВОД ТАРНЫХ ИЗДЕЛИЙ, ЗАО	H 410
ЗАЩИТА, КОРПОРАЦИЯ, ЗАО	8W301
ЗИЛ-ЗАПЧАСТЬ, ООО	G 341
ЗОГЕР	G 432
ЗОЛОТОЙ ЭКСПРЕСС	G 553

**И**

ИНЖТЕХСЕРВИС	K 350
ИНКОМ ПЛЮС, ООО	M 525
ИНСЕИТ, ООО	K 361
ИНТЕГРАЛ, ЖУРНАЛ - ИЗДАТЕЛЬ, ООО «ЭНЕРГОИНВЕСТ»	M 465
ИНТЕРНЭШНЛ ЭКСПЕДИШН, ООО	K 576
ИНТЕРПАУЗЕР	G 330
ИНФИНИТИ ТАЙЕРС	K 242
ИНФОДЕ, ООО	G 613
ИНФОРМ-АВТО, КОМПАНИЯ	M 242
ИПРОСС, ООО	G 612
ИСПАНСКИЙ ИНСТИТУТ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ - ИСЕКС	K 162

**К**

КАМА, ТОРГОВЫЙ ДОМ, ООО	7W120
КАМЫШИНСКИЙ ЗАВОД СЛЕСАРНО-МОНТАЖНОГО ИНСТРУМЕНТА, ООО	K 547
КАНТЕЛА, ООО	G 152
КАПИТАЛ-МЕДИЦИНСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ, ООО	M 569
КАПОТ.RU	M 600
КАРАКС	G 250
КАРВИЛЬ, УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ	M 150
КАРДАН, ЗАО	M 664
КЛИНОЛ ТРЕЙД	H 210
КЛУБ 4X4	G 655
КОМПОЗИТ ГРУПП, ОАО	M 464
КОНСТРАКТ РУС, ООО	M 466
КОНТАКТ, ООО	M 020
КОРАВО-ПИТЕР	7W112
КОРВЕТ-СМС НПП, ОАО	K 311
КОРДОБА	K 131
КОСМЕТИК АВТО, ООО	H 450
КОСТРОМСКОЙ ФИЛЬТР	M 371
КЭМЗ («КАЛУЖСКИЙ ЭЛЕКТРОМЕХАНИЧЕСКИЙ ЗАВОД»), ФГУП	M 122

**Л**

ЛАДОГА, НПО	M 567
ЛАН-ТОРГ, ООО	H 432
ЛЕСТА РУС, ООО	M 663
ЛИДЕРКЛЮЧ, ООО	K 424
ЛИДЕР-ПЛЮС, ООО	K 425
ЛИНКСАВТО, МОСКОВСКОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО	M 262
ЛИОН, ООО	H 340
ЛОРД-АВТО («LORD-AUTO»)	G 550
ЛУИДОР ПКФ, ООО	7W110

**М**

МАО МОТОРС	K 578
МАРКОН, ЗАО	M 152
МАСТАК ЦЕНТР, КОМПАНИЯ	K 120
МАХА РУССИЯ, ООО	M 131
МАШУМА, ООО	K 211
МЕГАПРИНТ, ООО	H 221
МЕГАФОН МОТОРСПОРТ	7W100
МЕРА, ТОРГОВЫЙ ДОМ	M 134
МЕТАЛЛОПРОДУКЦИЯ, ООО	K 330
МИНСКИЙ МОТОРНЫЙ ЗАВОД, ОАО	M 275

МОТИВО-РУ	G 340
МОТОРДЕТАЛЬ	K 220
МОТОРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	K 432
МОТОРТЕХНОЛОГИЯ	M 321
МУЛЬТИТРОНИКС, ООО	G 413
МЭДЖИК РИНГ, ЛТД.	G 150

**Н**

НАК ИНТЕРНЭШНЛ, ООО	M 341
НАНОЛЮКС-ЦЕНТР, ООО	K 261
НАУКА И ТЕХНИКА, ЖУРНАЛ	G 524
НЕО СИСТЕМС, ООО	G 543, K 450
НЕРТА, ООО	H 310
НОВЛАЙН, ООО	M 330
НОМАКОН-ЦЕНТР, ООО	M 031
НОРДИКС РХЗ, ЗАО	H 540
НОРМ, ООО	K 555
НОРМА-ЮГ, ООО	K 571
НТЦ МСП, ООО	M 510
НЬЮКОР, ООО	K 251

**О**

ОБЕРКРАФТ	M 322
ОБНИНСКОРГСИНТЕЗ, ЗАО	H 440
ОГРИН	K 241
ОМБРА™	H 231
ОМЕГА ТУЛ, ООО	G 611
ОМЕГА ФАВОРИТ	G 531
ОМЫВАЮЩИЕ СИСТЕМЫ	K 253
ОПТИБЕЛТ ПАУЭР ТРАНСМИШН, ООО	M 410
ОРЕНБУРГСКИЙ РАДИАТОР, ООО	M 440
ОРИОН, НПП	K 045
ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА, СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ЖУРНАЛ (ЗАО «РИА «РОССБИЗНЕС»)	G 640
ОЦС, ЗАО	K 464

**П**

ПАЛЬМИРА, ООО	M 232
ПАНОРАМА, ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ, ООО	M 463
ПАУЭР ИНТЕРНЭШНЛ-ШИНЫ, ООО	K 230
ПЕРВАЯ ЭКСПЕДИЦИОННАЯ КОМПАНИЯ	M 370
ПЕТЕКС АВТО-ОБОРУДОВАНИЕ ГМБХ	M 423
ПЛАЗА СПАЗ, ЗАО	M 160
ПЛЕЕРВОКС, ООО	H 323
ПОДРАМНИК	M 426
ПОДШИПНИКОПТТОРГ ПКФ, ООО	K 040
ПОИСК ТК, ЗАО	H 202
ПОЛИКОМПЛАСТ	H 431
ПОЛИТЕХ НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ, ООО	G 230
ПОЛИХИМ-ВОРОНЕЖ, ПРЕДПРИЯТИЕ, ООО	H 341
ПОЛЮС ХИМ, ООО	H 422
ПРАЙД, ТОРГОВО-ФИНАНСОВАЯ ГРУППА	H 250
ПРАМОТРОНИК, ЗАО	M 640
ПРОМА КОЛЕСА ИЗ ЛЕГКИХ СПЛАВОВ, ООО	K 263
ПРОМБАЗА, ЗАО	H 321
ПРОМБИЗНЕС, ООО	M 751
ПРОТЕКС, ООО; АВТОБЕЗОПАСНОСТЬ-УРАЛ, ООО	8W300-1
ПСВ, ООО	M 320
ПУШЕ-АВТО	M 701
ПУШКИНСКИЙ ЗАВОД МЕТАЛЛОИЗДЕЛИЙ, ООО	M 736

**Р**

РГРАВТО, ООО	G 353
РЕЗИНОТЕХНИКА, САРАНСКИЙ ЗАВОД, ОАО	M 273
РЕКАРДО, ООО	M 514-1
РЕМКОМПЛЕКТЫ ЯМЗ, ООО	G 610
РЕСПЕКТ, КОМПАНИЯ, ООО	M 616
РИВАЛЬ ТРЕЙДИНГ	M 662
РИПУС-АВТО, ООО	M 526
РОСАВТОСПОРТ	M 634
РОСФИЛЬТРСЕРВИС	K 324
РОТОР АПЗ, ОАО	M 272
РПАРС, ООО	K 130
РУДЕТРАНССЕРВИС, ООО	*
РУСАВТОЛАК, ООО	H 242
РУСАВТОЛИДЕР (РАЛ), ООО	M 172
РУССКИЕ АЛЮМИНИЕВЫЕ ДИСКИ	K 341
РУССКИЕ КРАСКИ	H 240
РУСХИМГРУПП	H 104
РЭШ КОМПАНИ	H 300

**С**

SOBR	G 351
ВЭД СТРОГАНОВ И КО, ООО	K 240
САЙКЛО ИНДАСТРИЗ, США	H 200
САНДАР	M 514
САПФИР, ООО	M 220
САРАТОВСКИЙ ЗАВОД СЕРП И МОЛОТ, ОАО	*
СЕВЕР-АВТО-М	8W100
СЕГОДНЯ И ЗАВТРА	H 322
СЕЙНТЕКС	G 332
СИБЕК	K 431
СИВЕР	K 110
СИВИК КОМПАНИЯ, НПО, ООО	K 221
СИНТЕЗ, ТОРГОВЫЙ ДОМ, Г. ИВАНОВО	H 301
СИСТЕМА ТЕХНОЛОГИЙ НПП, ООО - БРЕНД «SS20»	M 641

СИТИ АП, ООО  
 СИТИ ЛАЙТ  
 СИТРА - Т, ООО  
 СИЧЕ, ООО  
 СКИТ ТАЙЕР  
 СМН  
 СОАТЭ, ЗАО  
 СОВПЛИМ, ЗАО  
 СОЛАРЕКС  
 СОЛУШИОНС  
 СОНАР ПКФ, ООО  
 СОНИ ЭЛЕКТРОНИКС, ЗАО  
 СОРОКИН@, ТОРГОВЫЙ ДОМ  
 СОТАЯ МИЛЯ  
 СОТРА АВТОАКССЕССУАРЫ  
 СОФИЯ, ТПК  
 СОЮЗ ТД, ООО  
 СП-АЛЬЯНС, ЗАО  
 СПС-ХОЛОД  
 СТАНКОИМПОРТ, МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ ХОЛДИНГ  
 СТОПОЛ ГРУПП  
 СТОРМ  
 СУВЕНИРТОРГ-ПРОФИ, ООО  
 СЭПО-ЗЭМ, ООО; СЭПО-АВТО, ООО

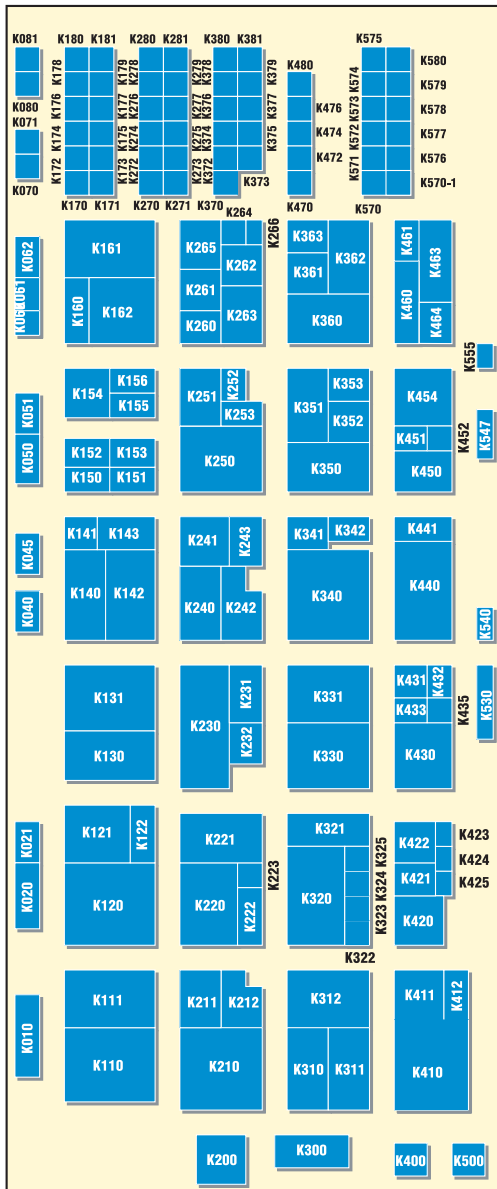
M 231  
 K 050  
 G 504  
 K 250  
 M 310  
 K 461  
 M 121  
 K 222  
 M 230  
 K 441  
 G 660  
 G 321  
 K 410  
 G 210  
 M 367  
 8W200  
 H 230  
 M 060  
 M 731  
  
 K 312  
 G 311, G 320  
 K 252  
 G 403  
 M 760

**Т**  
 ТАСПО-Ф, ООО  
 ТЕПЛОДОМ, ООО  
 ТЕПЛОСТАР  
 ТЕХНОКАР, ООО  
 ТЕХНОФОРМ, ОАО  
 ТЕХТРАНСИНТЕР, ООО  
 ТИПАРТС, ООО  
 ТИТАН АГ, ООО  
 ТОП АВТО  
 ТОПЛИВНЫЕ СИСТЕМЫ, ООО (РЕКАР™)  
 ТОЧМАШ ВПО, ОАО  
 ТРАКАВТОПАРТ  
 ТРАКТРЕЙДЕР, ЖУРНАЛ  
 ТРАНСКОМ-АВТО  
 ТРАНСПОРТ И СВЯЗЬ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
 ТРАНСТЕХСЕРВИС, ООО  
 ТРЕЙДСУ, ИНФОРМАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО, ООО  
 ТРЕТИЙ РИМ  
 ТРИАДА НПФ  
 ТРИАЛ, ООО  
 ТРИКОЛОР, ООО  
 ТРИТОН-ИМПОРТ, ООО  
 ТРОЛЬ-АВТО, ООО  
 ТУРБОТЕХНИКА НПО, ЗАО  
 ТЮРКЕЛ, АО

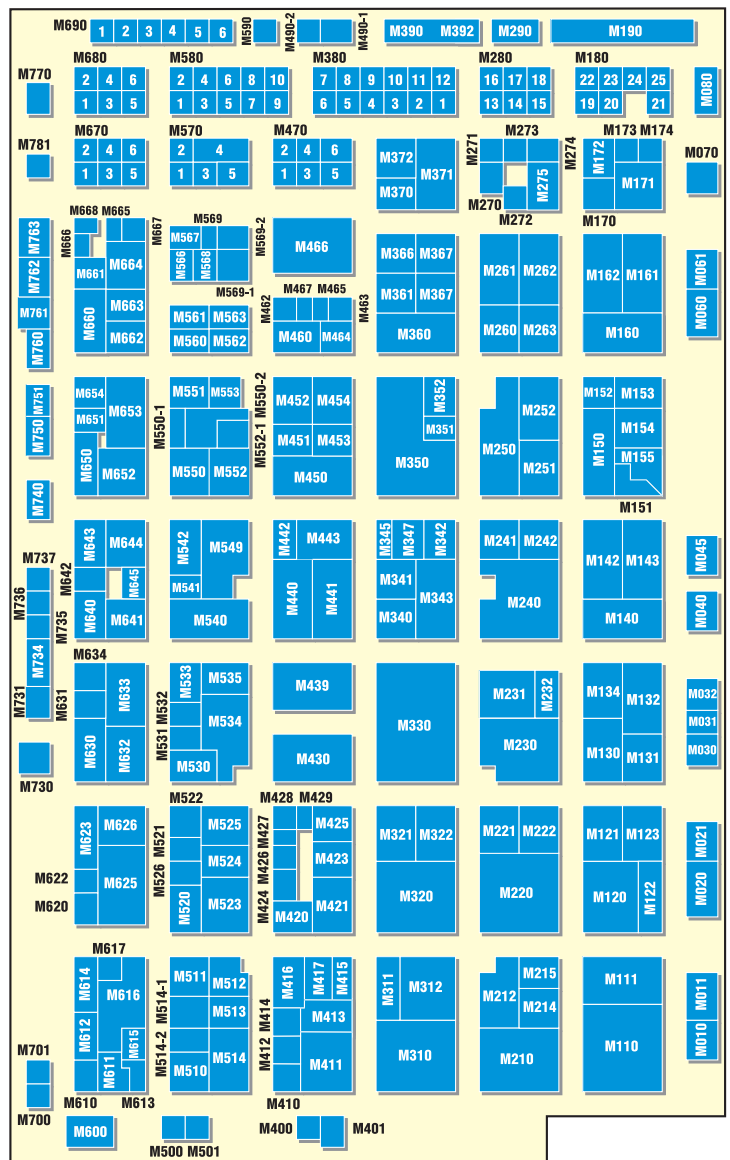
**У**  
 G 510  
 M 271  
 M 352  
 K 351  
 H 353  
 M 428  
 K 020  
 K 260  
 H 262  
 M 120  
 G 430  
 M 561  
 G 544  
 K 325  
 M 467  
 K 142  
 M 665  
 G 540  
 G 647  
 M 523  
 H 222  
 K 420  
 H 430  
 M 512  
 M 550-2  
  
 Y НАС ТОВАР, ООО  
 УГОНА.НЕТ  
 УРАЛ-АВТО КОМПЛЕКТ, ООО  
  
**Ф**  
 ФАЛКЕН, ООО  
 ФЕНИЧЕ-ТМ, ООО  
 ФЕНОКС  
 ФЕРАБА  
 ФЕРРУМ, ООО  
 ФИРМА ЛОГКОМПАНИ, ООО  
 ФОБОС-АВТО, ООО  
 ФОРД МОТОР КОМПАНИ, ЗАО  
 ФРИКТЕРМ ТД, ООО  
 ФЭСТ ПРЕДПРИЯТИЕ, ООО  
  
**Х**  
 ХЕКО ТЕАМ  
 ХИМАВТО, ГРУППА КОМПАНИЙ  
 ХИМИПЛАСТ-ХХ ТП, ООО  
 ХИМПРОМПРОЕКТ, ЗАО  
 ХОЛДИНГ ИНДУСТРИЯ  
 ХОЛЕКС, ТОРГОВЫЙ ДОМ

K 266  
 G 331  
 K 010  
  
 K 363  
 H 530  
 M 240  
 H 212  
 K 300  
 M 642  
 M 514-2  
 M 343  
 M 151  
 G 500  
  
 M 730  
 H 110  
 H 451  
 H 401  
 H 360  
 H 342

### ПАВИЛЬОН 2 ЗАЛ 7



### ПАВИЛЬОН 2 ЗАЛ 8



**Ц**

ЦИТРОН, КОНЦЕРН M 250

**Ч**

ЧАЙКОВСКИЙ ЗАВОД РТД, ЗАО M 622

**Ш**

 ШАДРИНСКИЙ АВТОАГРЕГАТНЫЙ ЗАВОД, ОАО (УРАЛЬСКАЯ  
ГОРНО-МЕТАЛЛУРГИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ) M 440  
ШИННЫЙ ПУТЬ, ООО G 560

**Э**

 ЗВЕРЕСТ ВИТ, ООО M 666  
ЭЙ-ДЖИ-ЭЙ M 210  
ЭЙОТ ВОСТОК, ООО G 441  
ЭЙС ФИРМА, ООО G 220  
ЭЙЧ ЭМ ГРУПП, ООО K 322  
ЭКВИНЕТ K 331  
ЭКЗИКСТЕК G 501  
ЭКОПОЛ ТОРГОВЫЙ ДОМ, ООО H 351  
ЭКСИН M 030  
ЭЛАД, ООО K 061  
ЭЛЕКТРОМ, ООО M 142  
ЭЛЕРОН ПОЛИФОРМ, ООО G 431  
ЭЛЕРОН, ООО G 511  
ЭНЕРГОМАШ, ЗАО M 762

**Ю**

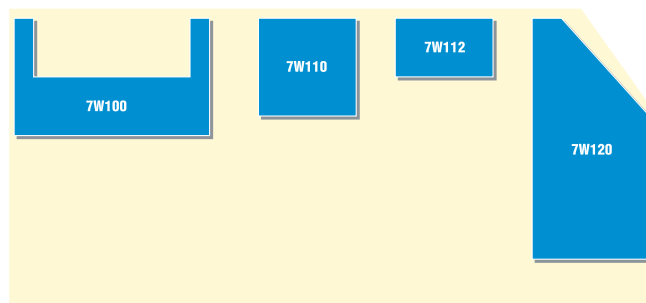
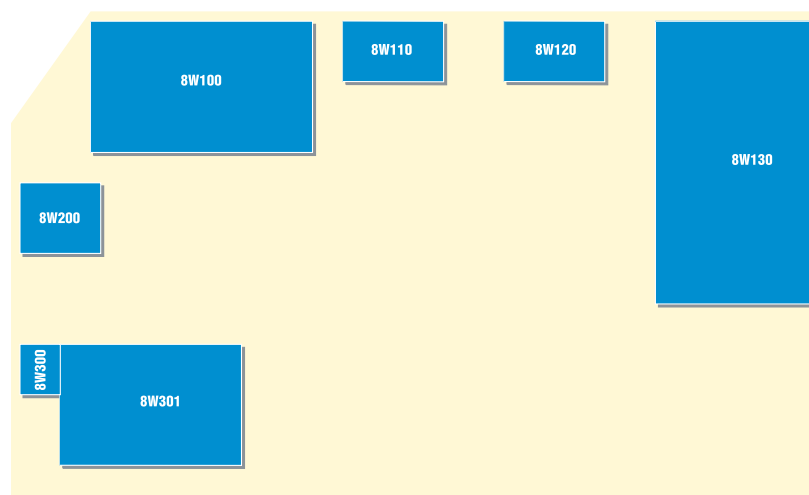
 ЮВК, ООО H 320  
ЮНИКОМ K 111

**Я**

ЯРАВТОЛАК, ООО H 411

\* на момент выпуска журнала номер стенда не был определен.

Информация об участниках Автосалона и «Интеравто»  
предоставлена дирекцией выставок.

**ОТКРЫТАЯ ПЛОЩАДКА 7**

**ОТКРЫТАЯ ПЛОЩАДКА 8**

**HONDA**  
The Power of Dreams

**Accord**


реклама

Рекомендуем воспользоваться TRADE-IN


**АОЯМА МОТОРС**  
ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИЛЕР

 МКАД, 48 км, ул. Домостроительная, д.4, Тел.: (495) 363-42-22, 363-43-33  
Волгоградский пр-т, д.18, Тел.: (495) 676-90-00, 676-03-40

[www.aoyama.ru](http://www.aoyama.ru)





HOTEL IMPERIAL  
*Spa & Health Club*

**ВЫ ЛЮБИТЕ  
ДРУГ ДРУГА?**

**Подарите себе и своей «половинке»  
отдых в «Hotel Imperial»!**

**[www.spa-hotel-imperial.cz](http://www.spa-hotel-imperial.cz)**

Hotel Imperial, Libušina 18, 360 01 Karlovy Vary  
Тел.: +420 353 203 113 • Факс: +420 353 203 151  
E-mail: [reservation@imperial.kv.cz](mailto:reservation@imperial.kv.cz)

Member of Imperial Karlovy Vary Group



SPA RESORT SANSSOUCI  
— GARDENS OF HEALTH —

**ВРЕМЯ «SANS SOUCI»,  
ВРЕМЯ «БЕЗ ЗАБОТ»**

Комплексное санаторно-курортное  
лечение прямо для вас!

**[www.spa-resort-sanssouci.cz](http://www.spa-resort-sanssouci.cz)**

Spa Resort Sanssouci, U Imperialu 11, 360 01 Karlovy Vary  
Тел.: +420 353 207 113 • Факс: +420 353 207 250  
E-mail: [reservation@sanssouci.kv.cz](mailto:reservation@sanssouci.kv.cz)

Member of Imperial Karlovy Vary Group

**Зарезервируйте проживание и лечение on-line!**





3 СЕНТЯБРЯ



15 СЕНТЯБРЯ



17 СЕНТЯБРЯ



2 ОКТЯБРЯ



8 ОКТЯБРЯ



9 ОКТЯБРЯ



13,14 ОКТЯБРЯ



15 ОКТЯБРЯ



16 ОКТЯБРЯ



17 ОКТЯБРЯ



27 ОКТЯБРЯ



28 ОКТЯБРЯ



31 ОКТЯБРЯ



4 НОЯБРЯ



6 НОЯБРЯ



**ЗАКАЗ БИЛЕТОВ ПО ТЕЛЕФОНУ: (499) 55 000 55**