

№3 (57) 2012

# Бизнес и Выставки

**В НОМЕРЕ:  
HELIRUSSIA набирает обороты  
Хмель по правилам  
Китайская формула успеха**



# ММАС

Московский международный  
автомобильный салон

31 августа - 9 сентября 2012 года  
30 августа – Бизнес день

[www.mas-expo.ru](http://www.mas-expo.ru)



Организаторы:



**КРОКУС ЭКСПО**  
Международный выставочный центр

Генеральный спонсор:



Генеральные информационные партнеры:



**Зарулем**

Генеральный интернет-партнер:





### На площадке представлены:

- Дома и коттеджи
- Бани и сауны; гриль-домики; беседки; бассейны; теплицы; МАФы
- Печи, камины; инженерные системы; изделия из кованого металла
- Элементы отделки зданий; предметы дизайна
- Садовая мебель, мебель для дома, детские игровые комплексы



Набери в поисковике два слова  
**БАЛТИК БРИЗ**, и мы увидимся!

**Режим работы ТВЦ:**  
ежедневно с 9.00 до 21.00  
без перерывов и выходных

Тел. (495) 648-45-94  
[www.baltic-breeze.ru](http://www.baltic-breeze.ru)

Желаем вам приятного  
времяпрепровождения на нашей  
площадке и удачных покупок!

**ТВЦ «БАЛТИК БРИЗ»** – постоянно действующая выставка загородной недвижимости. Здесь экспонируются жилые дома, коттеджи, дачные домики, бани, сауны и малые формы.

**ТВЦ «БАЛТИК БРИЗ»** – благоустроенный и просторный торгово-выставочный центр под открытым небом, расположенный в Красногорском районе Московской области, на 10 км от МКАД, вдоль Новорижского шоссе, в 30 метрах от дорожного полотна. На площадке представлены загородные дома в широком ценовом диапазоне наиболее полной технологической гаммы. Имеется удобный съезд с Новорижского шоссе. Внутри ТВЦ большая бесплатная автопарковка.

Кроме постоянно действующей выставки в ТВЦ реализуется огромный ассортимент товаров ведущих отечественных и зарубежных брендов для загородной жизни и отдыха. Несмотря на небольшой срок работы, Центр уже сейчас стал одним из лидеров среди торгово-выставочных площадок региона.

# Бизнес и Выставки

№ 3(57) 2012

**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,  
PhotoDisk, Corel

**Адрес редакции:**  
143402, Московская область,  
г. Красногорск,  
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: 143402, Московская обл.,  
г. Красногорск,  
ТВК «Крокус Сити»

**Дизайн-проект и верстка:**  
«Арт Юнит Принт»

**Распространение в деловых центрах Москвы:**  
Агентство Мамма Миа  
[www.mamamia.ru](http://www.mamamia.ru)

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

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

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

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

QR-code



От издателя. . . . . 4

КРОКУС: новости компании . . . . . 5

## ГЛАВНАЯ ТЕМА

Пейся пиво пенное . . . . . 6

Хмель по правилам . . . . . 8

Пить или не пить? . . . . . 12

Слабый напиток с крепкой отдачей . . . . . 14

Закон под градусом? . . . . . 16

Пена осядет – проблемы останутся. . . . . 20

## ВЫСТАВКИ И РЫНКИ

Выставки, конгрессы, форумы . . . . . 24

«Крокус Экспо»: день за днем. . . . . 28

Дорожные новости . . . . . 30

Эстетика камня . . . . . 32

«Сокольники» помогают выставкам расти . . . . . 34

HeliRussia набирает обороты . . . . . 36

## ИСТОРИЯ УСПЕХА

Дело семьи Хейнекен . . . . . 40



## ВЫСТАВОЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Трудная дорога в гору . . . . .	.44
Китайская формула успеха . . . . .	.48

## ВЫСТАВОЧНЫЕ И КОНГРЕССНЫЕ ЦЕНТРЫ

Торговая витрина Поднебесной . . . . .	.52
--	-----

## РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА

Добро пожаловать! За ваши деньги . . . . .	.56
--	-----

## ВСЁ НА ПРОДАЖУ

Цена современности . . . . .	.60
Новости аукционов . . . . .	.62

РЫНКИ И ЦЕНЫ . . . . .	.66
------------------------	-----

ДАЙДЖЕСТ . . . . .	.68
--------------------	-----

## КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК

Вино, пиво и другие напитки . . . . .	.23
Авиация, космос . . . . .	.39
«Крокус Экспо» . . . . .	.79



52  
60  
62  
66  
68  
79



## ОТ ИЗДАТЕЛЯ

Развитие Дальнего Востока стало для России геополитическим вызовом. Чтобы не отстать безвозвратно от быстро развивающихся стран Северо-Восточной Азии, России необходимо совершить прорыв на Дальнем Востоке, заложить в этой части страны основы современной экономики.

Сложность проблемы состоит в том, что Дальний Восток, занимая треть территории России, – самый малонаселенный регион страны, здесь живет только 5% наших сограждан. При этом ситуация с каждым годом ухудшается, население края стремительно сокращается. Экономически Дальний Восток является дотационным регионом, несмотря на все свои природные богатства.

Реализация Федеральной программы «Экономическое и социальное развитие Дальнего Востока и Забайкалья до 2013 года» дала сильный импульс улучшению инфраструктуры. Однако всесторонне обоснованной и целостной концепции ускоренного развития этого региона пока не сложилось.

В решении этой задачи исходным фактором роста должно стать использование морского побережья как ворот России в Тихий океан и ворот для товаров из стран АТР в Россию. Развитие в прибрежных и других крупных городах Дальнего Востока портово-складского, судостроительного и судоремонтного хозяйства, современного авто- и железнодорожного транспортного комплекса должно дать мощный импульс сектору высокотехнологичного сервисного обслуживания, росту в этих городах малого и среднего бизнеса. При этом государство должно установить на восточных территориях преференциальный режим для частных инвесторов, создать предприятия, у которых были бы рынки сбыта, решить вопрос о субсидировании авиа- и железнодорожных перевозок пассажиров, а также расширить жилищное строительство и выделение земли для развития сельскохозяйственного производства.

Было бы целесообразно привлечь на Дальний Восток часть бизнеса ряда крупных российских компаний, действующих, например, в горно-добывающих отраслях, в энергетике, на транспорте, в сфере связи и коммуникаций, в дорожном и жилищном строительстве.

Разностороннему комплексному развитию экономики Дальнего Востока могло бы способствовать и оживление выставочной деятельности, создание соответствующей инфраструктуры. Поучительный пример в этом смысле подает Китай. Бурное развитие этой страны и расширение международных связей сопровождается столь же бурным развитием выставочной инфраструктуры, строительством новых, современных, выставочных центров. При этом государство проводит в этой сфере политику стимулирования и активной поддержки. Часть материалов данного номера журнала посвящена именно этой теме.

**Арас АГАЛАРОВ**

МВЦ «Крокус Экспо» планирует дальнейшее расширение выставочной площади. Предполагается соорудить еще один этаж над третьим павильоном. Это добавит около 60 тыс. кв. м, что сделает «Крокус Экспо» пятым в мире центром по суммарным размерам экспозиционной площади павильонов, согласно рейтингу Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI).



Продолжает расширяться выставочная программа МВЦ «Крокус Экспо». Подписаны договора о проведении в «Крокус Экспо» таких известных экспозиций, как «Косметик Экспо» (организатор – Издательский дом «Русский врач»), Infosecurity (ведущая выставка систем информационной безопасности, организатор – ООО «Гротек»), форум систем лицензирования, организуемый под эгидой Международной ассоциации владельцев лицензий LIMA (International Licensing Industry Merchandisers' Association).

В связи с проведением в этом году Московского международного автомобильного салона, во время которого резко возрастает посещаемость Крокус Сити, предполагается для удобства посетителей ввести в строй два уровня многоэтажной автомобильной стоянки над вестибюлем станции метро «Мякинино».



В развитие транспортной инфраструктуры ТВК «Крокус Сити» предполагается построить дополнительную выездную дорогу из комплекса в сторону Пятницкого шоссе. Это должно улучшить дорожную ситуацию вокруг ТВК, особенно в пиковые периоды проведения крупных выставок. В настоящее время существуют два въезда с обеих сторон МКАД и только один выезд на внешнюю полосу Кольцевой дороги.



Компания «Крокус Групп» начала строительство поселка премиум-класса Sea Breeze на берегу Каспийского моря, в 30 минутах езды от центра Баку. Территория представляет собой полностью воссозданный ландшафт площадью 46 га, где высажено более 20 тыс. деревьев и 10 тыс. кустарников. Здесь будет построено 80 домов-резиденций, 40 таунхаусов и гостиницы. В поселке создаются пляж протяженностью 1,2 км, пирс для яхт и катеров, крытый спортивный клуб с внутренним бассейном, теннисные корты, футбольное поле и детский городок. Как сообщил девелопер проекта Эмин Агаларов, генплан поселка разрабатывался прямо на местности, а строящиеся виллы будут расположены таким образом, чтобы от каждой из них открывался вид на море.

Заместитель генерального директора ЗАО «Крокус Интернэшнл» Леонид Лозбенко принял участие в заседании Комитета стратегического развития Всемирной таможенной организации, состоявшемся в Брюсселе. На заседании обсуждались вопросы таможенной политики в условиях реформ и модернизации, направления и формы сотрудничества национальных организаций.



Американский актер Джон Кьюсак заложил именную звезду на Аллее Славы в Торгово-развлекательном комплексе Vegas. Эта звезда стала седьмой на Аллее Славы, где уже есть имена Муслима Магомаева, Роберта де Ниро, Миллы Йовович, Карлоса Сантаны, Моби и Глории Гейнер. Джон Кьюсак снялся в более чем 50 картинах, написал 3 сценария, был продюсером 8 картин и остается любимым актером многих всемирно известных режиссеров.

# ПЕЙСЯ ПИВО

Невозможно перечислить все существующие в мире сорта пива и всех его производителей. Но некоторое представление о многообразии и своеобразии мира пенного напитка можно будет получить на XIV Московском международном фестивале пива, который состоится в «Крокус Экспо» с 8 по 10 июня 2012 г.

В мире существует много фестивалей пива, которые представляют интерес как для гуру пивного рынка, так и для простых потребителей этого чудесного пенного напитка.

Московский фестиваль недаром называется международным. Здесь кроме российских марок пива можно отведать и заграничные сорта. Любителям будет интересно отведать некоторые весьма интересные и редкие марки, которые в разливном виде можно встретить только на фестивале.

Международным этот праздник пива делает и постоянно возрастающее количество посещающих его иностранцев. Зарубежные участники и посетители оставляют крайне лестные отзывы о фестивале. Некоторые утверждают, что бывали на подобных мероприятиях в Европе, в частности на знаменитом «Октоберфесте», и что Московский фестиваль мало чем уступает подобным праздникам, а во многом и превосходит их. Желающие отведать пива лучших европейских пивоварен смогут сделать это в павильонах



## «ОКТОБЕРФЕСТ»

За две недели самого известного в мире пивного фестиваля «Октоберфест», который ежегодно проводится в Мюнхене, семью миллионами посетителей выпивается не менее 10 млн пинт пива. То есть не так уж и много в расчете на одного человека. Вывод из нехитрой арифметики прост: люди в столицу Баварии приезжают не только за этим напитком. Пиво – лишь повод погулять, поглазеть на шествия и представления, наконец просто отметить на празднике, который существует вот уже более 200 лет.

Два столетия назад, в 1810 г., Бавария справляла свадьбу Людвига I с саксонской принцессой Терезой. Торжества в Мюнхене закончились пышным конным представлением. Наследному принцу это так понравилось, что он решил устраивать подобные праздники ежегодно. Да и мюнхенцы были не прочь повеселиться на дармовщину. Пиво-то по распоряжению Людвига I наливали бесплатно. К тому же с каждым годом будущий «Октоберфест» становился все занимательнее. В 1826 г. в его программу был включен фейерверк, а 1835-й запомнился парадом карет и соревнованиями по стрельбе. Появилось множество аттракционов, стали проводиться конкурсы народных костюмов и танцев, различные концерты и карнавалы.

И, естественно, росло число марок пива и количество доставляемых на праздник бочек с напитком. Производители стали устанавливать на поле для гуляний огромные шатры – филиалы знаменитых мюнхенских пивных. Их всегда строго четырнадцать. Самая большая палатка – Hofbrauhaus, она вмещает 11 тыс. человек. А самое знаменитое пиво на фестивале – «Октоберфест», которое специально варят для праздника с 1872 г.



# ПЕННОЕ

1 и 2 «Крокус Экспо», в специально оборудованных для пивного праздника залах 1, 2, 5, 6. Организатор – компания «Аллегро» предусмотрела в программе фестиваля ярмарку производителей пива и поставщиков сопутствующих товаров и услуг, народную дегустацию, профессиональный конкурс, бизнес-клуб, презентации, пресс-конференции и обширную культурную программу.

На протяжении всех дней фестиваля посетителей ждут: дегустация разнообразных сортов пива, веселые конкурсы, концерты звезд, выбор лучшего пива и настоящий профессиональный поединок пивоваров. Запланированы прямые трансляции матчей чемпионата Европы по футболу. В День пивовара, который ежегодно отмечается во вторую субботу июня, организаторы приготовили множество сюрпризов, которые позволят приятно провести время.

**Владислав ГРУБА,  
Ирина КОНДРАШОВА**

**Пиво – третий по популярности напиток в мире после воды и чая и самый популярный среди алкогольных напитков.**



## ДЕНВЕР

Великий фестиваль пива в Денвере (США) проводится с 1982 г. В трехдневном празднике ежегодно принимает участие не менее 300 компаний. Кстати, именно США являются крупнейшим в мире производителем пива (180 млн барр. в год).



## ШТУТГАРТ

Штутгартский пивной фестиваль Cannstatter Volksfest проводится с 1818 г., когда королева Катарина и ее супруг Вильгельм Вюртембергский решили отметить окончание эпидемии чумы. Празднество начинается с того, что мэр самолично раскупоривает первую бочку пива. А уж потом оно льется рекой под музыку оркестров и песни ансамблей. Фестиваль считается семейным мероприятием, и атмосфера на нем веселая, но без загулов и излишеств. Выпивку тщательно закусывают, тем более что помимо 300 пивоварен свою продукцию выставляют и изготовители пищевых продуктов.



## ЛОНДОН

Большой фестиваль пива в Великобритании проходит в лондонском выставочном центре Olympia Exhibition Center, куда привозят более 350 сортов настоящего британского эля, 60 сортов грушевого сидра и множество сортов бутылочного пива. Гости фестиваля могут насладиться и пшеничным, и имбирным пивом, пивом со специями и травами, а также слабоалкогольными сортами и портером со всех уголков Соединенного Королевства, не считая 300 сортов импортного пива из Бельгии, Германии и Америки.

# ХМЕЛЬ ПО

Большая часть населения планеты любит пиво. Как сказал один мудрец, «когда ты пьешь вино, ты разговариваешь со стаканом. Когда пьешь пиво – с соседом». Но пиво надо не только любить, но и знать, уметь выбрать и правильно закусить.



## ПИВНЫЕ СТОЛИЦЫ ЕВРОПЫ

Хорошим пивом могут похвастаться многие города мира. Но есть среди них такие, где пиво диктует даже образ жизни. И первой среди «пивных столиц», конечно, является Прага с ее астрономическим числом уютных кабачков и просторных пивных ресторанов. По части потребления пива чехи держат первое место в Европе. В год на человека здесь приходится 156 л выпитого пива. Чехия – это крупнейшие производители и знаменитые на весь свет марки Pilsner Urquell, «Гамбринус», «Будвайзер Будвар».

Амстердам – рай для знатоков. Прежде всего именно здесь, в Голландии, между каналами и польдерами родилась компания «Хайнекен», чье имя с почтением произносят пивовары во всем мире. Но знатоков привлекают сюда не только раскрученные марки, но и продукция мини-пивоварен, круг клиентов которых очень ограничен. Так, к примеру, в баре Wildeman можно попробовать более 200 сортов пива, приготовленных, что называется, «вручную».

Столица Ирландии Дублин славна пивом «Гиннес». Ирландцы начали производить его 250 лет назад и за два с половиной века приохотили к нему миллионы людей. Сейчас «Гиннес» варится более чем в 50 странах, но вкуснее всего он, конечно, в Дублине.

Когда любитель пива произносит слово «Копенгаген», он, безусловно, имеет в виду такие известные марки, как «Туборг» и «Карлсберг». Однако ими ассортимент сортов, представленных в столице Дании, далеко не исчерпывается. Даже знаток всегда найдет здесь для себя что-то новое.

Бельгийский город Лёвен – родной город компании InBev, которая недавно стала самой крупной пивоваренной компанией в мире. Помимо сотен сортов и марок пива она производит такой типично бельгийский продукт, как «Стелла Артуа» и «Бек».

Путешествуя по маршруту «Пивные столицы Европы», надо непременно посетить и польский Краков, который со времен Средневековья славился своим пивом. Здесь же, кстати, находится и музей пива «Зивек».

## ПОЧЕМУ ПИВНЫЕ КРУЖКИ СТАЛИ ПРОЗРАЧНЫМИ?

В старые времена все пиво было нефiltroванным, а значит довольно мутным. Однако после принятия закона в 1516 г. в Баварии все пиво стали делать путем низового брожения. Пиво обрело свой знаменитый янтарный цвет. Для того чтобы любители пенного напитка могли насладиться его цветом и прозрачностью, пиво начали подавать в прозрачных бокалах и кружках.

## Производство пива в 2011 г.

Страна	млн л
Китай	47 540,8
США	23 494,5
Бразилия	13 266,6
Германия	8 598,6
Россия	10 300,0

Источник: Euromonitor International.

# ПРАВИЛАМ

## ПИВО ИЗ ФРУКТОВ И МЕДА

Одна из самых «пивных стран» Европы – Бельгия. В Брюсселе находится Международный суд пива, а в Антверпене располагается крупнейшая специализированная биржа, на которой совершаются сделки по купле-продаже пивоваренного ячменя и солода. Самый же знаменитый здесь праздник любителей пива – Бельгийский пивной уикенд, ежегодно проходит на главной площади Брюсселя – Гран пляс – в начале сентября.

В Бельгии производится около 600 марок пива, из них 500 – этикетированных. Помимо привычных ингредиентов в бельгийское пиво часто добавляют рис, сахар, мёд, фрукты. Но самое интересное в бельгийском пиве – это его специальные, особые, виды. Так, в производстве типичного для окрестностей Брюсселя пшенично-ячменного пива ламбик используется технология естественного брожения. Кстати, на бессмертных полотнах Питера Брейгеля-старшего фламандцы XVI века пьют именно пиво ламбик. Нигде, кроме Бельгии, не делают пиво крик – это та же смесь ламбик, которую перед вторичной ферментацией настаивают на вишне, малине, смородине, клубнике и других ягодах и фруктах. Оно не теряет своего особого, фруктового, аромата до двух лет.

Перечень «пивных столиц» включает сегодня сотни названий городов Европы, Азии, Америки, Австралии и Африки. И, что примечательно, этот список постоянно расширяется. Армия почитателей самого демократичного, самого массового напитка с каждым годом увеличивается.



### РЕКОРД

Барменша Роузи Шеделбауэр во время телевизионных состязаний в городе Кенигзее 29 июня 1981 г. за 4 секунды преодолела 15-метровую дистанцию, держа в каждой руке по 5 пивных кружек.



### Потребление пива на душу населения в 2011 г.

Страна	л
Чехия	174,4
Австрия	123,2
Германия	123,2
Польша	115,8
Ирландия	148,4
Литва	110,7
США	105,2
Россия	88,3

Источник:  
Euromonitor  
International.





### ЧЕХИ – ПОБЕДИТЕЛИ!

Первое место по потреблению пива на душу населения принадлежит чехам – каждый из них (среднестатистически) выпивает более 170 л пива в год! Немногим отстают от чехов немцы и англичане. В России пива пьют значительно меньше, несмотря на то, что в целом потребление алкоголя в стране находится на одном из самых высоких уровней в мире. Пиковый уровень в России был достигнут в 2006 г. (80 л на душу населения), к прошлому году потребление сократилось.

### КАК ПРАВИЛЬНО ПИТЬ И ЧЕМ ЗАКУСИТЬ

Правильно пить пиво – это тоже искусство. Российский телезритель, воспитанный не на самой информативной рекламе, в лучшем случае сообщит, что пиво надо пить охлажденным и желательно без соленой рыбы. Это убогий подход. После того, как вы выбрали марку, надо в первую очередь подобрать достойную ей посуду.

История посуды под пиво не менее интересна, чем история самого пива. Из чего только люди его не пили! Из каменных и кожаных, стеклянных и глиняных, фарфоровых и фаянсовых, деревянных и металлических кружек. К примеру, на Руси считали, что лучше дерева материала под пивную кружку не найти. И не бьется, и прохладным напиток сохраняет.

Изобретательные немцы предпочли оловянные кружки. Олово – единственный металл, не меняющий вкус пива. А затем приделали к ним еще и крышки, которые приподнимались легким нажатием на рычажок. Выходило весьма гигиенично: ни одна муха в пиво попасть не могла.

Чехи горой стояли за кружки из толстого граненого стекла. А вот бельгийцы были убеждены, что пиво следует пить из высокого узкого бокала на длинной тонкой ножке. Причем создатели самой известной бельгийской марки Stella Artois разработали даже ритуал розлива и подачи пива, включающий девять правил. Следуя им, бокалы необходимо не только тщательно мыть, но и непременно ополаскивать холодной водой. Пиво надо наливать, держа бокал под углом в 45°. Высота пены не должна превышать 2,5 см. Избыток пены следует снимать специальным ножом и т.д.

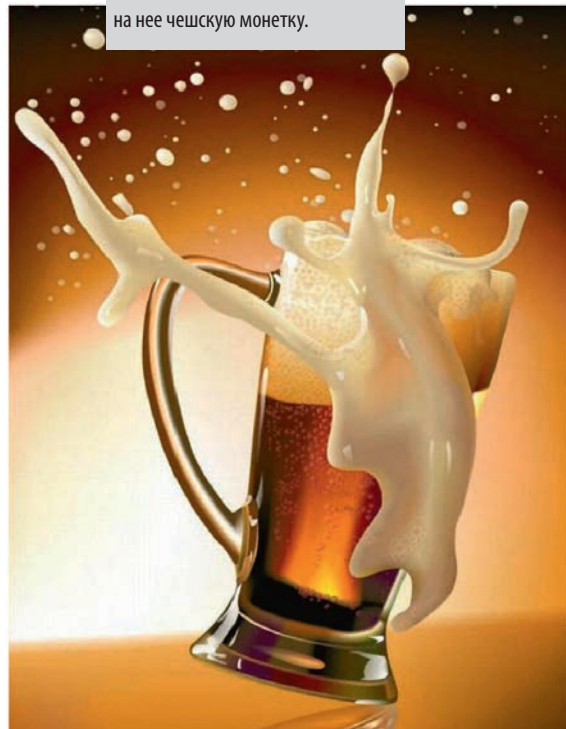
Поклонники эля – британцы полагают, что их любимый национальный напиток лучше всего подавать в стаканах из тонкого стекла с утол-



Самым крупным пивоваренным заводом в мире является предприятие «Адольф Курс компани» в Голдене, шт. Колорадо, США. Завод производит 2,5 млрд л пива в год. А самым маленьким пивзаводом можно считать экспонат Музея пивоварения в Пльзене, Чехия. Действующая копия пивзавода была выполнена Йозефом Веселым из Нижних Берковец, ставшая делом всей его жизни. Эта совершенная модель была выставлена в 1958 г. на ЭКСПО в Брюсселе. Мини-завод может сварить 30 л пива.

### КАКОЙ ДОЛЖНА БЫТЬ ПИВНАЯ ПЕНА?

Если пиво действительно качественное, пенная шапка должна держаться не менее 5 минут и быть не тоньше 4 см. В Чехии есть даже специальный «тест» для пивной шапки: считается, что пена правильного пива должна удерживать положенную на нее чешскую монетку.



Самой старой компанией по производству пива является «Вайенштефан» в Фрейзинге близ Мюнхена в Германии, основанная в 1040 г.



щенным дном. Емкость его должна составлять ровно одну пинту, или 0,568 л.

Знаток утверждает, что темное пиво лучше всего пить из коньячных бокалов, а сорт бельгийского пива квак – из посуды, напоминающей мензурку. Есть любители и такой формы, как «пивной сапог». Она хороша объемами – один и два литра. Но самой распространенной все-таки является обычная стеклянная кружка, в которую входит поллитра напитка.

Определившись с маркой и тарой, надо решить вопрос о закуске. Плотность и размер последней зависят не только от аппетита и запаса свободного времени, но и национальных особенностей.

От западной границы России и до Тихоокеанского побережья США, включая азиатские страны, к пиву предпочитают соленую рыбу, раков, креветок. В Америке же вас будут уверять, что ничего лучше чипсов к пиву не придумано. Не случайно их продают ежегодно в этой стране на 6 млрд долл. Чех закажет «печено вепрево колено», или, по-русски, запеченную свиную рульку с кислой капустой. Это закуска для обстоятельного человека, который собрался попить пива «всерьез». Для немца нет ничего лучше «вайсвурт» – светлой вареной колбасы из телячьего фарша, сосисок и копченых колбасок. Австриец может обойтись и «брецелем» – подсоленным крендельком. А француз выберет орешки.

Пивоварение было в прошлом и остается в наши дни одним из доходнейших занятий в мире. Прибыли крупнейших производителей пива исчисляются суммами в сотни миллионов долларов. И если бы Джон Дэвисон Рокфеллер не увлекся в начале своей карьеры миллиардера нефтью, он непременно занялся бы пивом.

**Владислав ГРУБА**

Самая слабая жидкость, именованная пивом, варилась в 1918 г. в Колн-Келке, в Германии. Это, с позволения сказать, «пиво» содержало 0,2% алкоголя. Самым крепким пивом считается «Роджер энд Аут», выпускаемое с июля 1985 г. заводом «Фрог энд Парротт» в Шеффилде, Великобритания. Оно содержит 16,9% алкоголя.



# Пить или не пить?

По поводу крепких спиртных напитков мнение ученых однозначно: водка полезна только в виде компрессов. Что касается пива, баталии продолжаются: то более вескими кажутся аргументы противников этого напитка, то побеждают сторонники его пользы.



Пиво представляет собой игристый, освежающий напиток с характерным хмелевым ароматом и приятным горьковатым вкусом, насыщенный углекислым газом, образовавшимся в процессе брожения. Оно не только утоляет жажду, но и повышает общий тонус организма человека, способствует более правильному обмену веществ. Так считают любители пива.

«Ерунда, – говорят ревнители здорового образа жизни. – Пиво содержит альдегиды, сивушные масла, метанол, эфиры, которые выделяются в процессе брожения. Это ядовитые соединения, причем в пиве они содержатся в более высокой концентрации, чем в водке».

«В пиве есть витамины, например витамин В, который поступает из солода. Оно богато аскорбиновой кислотой, или витамином С, в малых дозах в пиве можно обнаружить витамин В<sub>6</sub>, пантотеновую кислоту и биотин», – гнут свое те, кто «за». «Да, возможно, но там же есть и фитоэстрогены, аналоги женских половых гормонов (до 36 мг/л). В организме мужчин они подавляют выработку мужского полового гормона тестостерона. Отсюда и живот, а зачастую и грудь, не уступающая женской», – парируют те, кто «против».

«Солод богат углеводами, ферментами, минеральными солями и витаминами. Хмель обладает бактерицидными свойствами. Пиво содержит и различные органи-

ческие кислоты, что, безусловно, является его положительной характеристикой, – приводят еще один аргумент «пивоманы». – В последние годы получены доказательства, что пиво может способствовать увеличению прочности костной ткани. Выяснено, что отдельные компоненты пива (кислоты смолистых веществ) обладают способностью предотвращать разрушение костных клеток и предотвращать развитие остеопороза, а значит и тяжелых переломов».

«Пиво противопоказано при болезнях сердечно-сосудистой системы, желудочно-кишечного тракта, нарушениях обмена веществ, а также некоторых заболеваниях нервной системы. Мочегонный эффект пива может способствовать обострению некоторых заболеваний, когда почки и сердечная мышца не могут справиться с повышенной нагрузкой», – с таким аргументом трудно спорить.

Приводить аргументы «за» и «против» можно бесконечно. На каждый минус найдется свой плюс. Но какие бы доводы ни приводили противники пива, его пили и будут пить. Главное – ответить на щекотливый и запутанный вопрос: что такое «чрезмерное» употребление пива? Опуская данные многочисленных исследований, скажем: «чрезмерное» – это более двух кружек пива (одного литра) в день.

**Афанасий НИКИТИН**

# КРОКУС ИНТЕРСЕРВИС CROCUS INTERSERVICE LOGISTICS



- Полный комплекс услуг по таможенному оформлению, подготовка и согласование пакета документов для декларирования, классификация товаров в соответствии с ТН ВЭД.
- Консультирование по вопросам внешнеэкономической деятельности, анализ внешнеторговых контрактов, расчет таможенных пошлин, налогов и сборов.
- Услуги склада временного хранения (СВХ).
- Работает технически оборудованный склад площадью 2000 кв. м со стоянкой на 150 большегрузных автомашин, с крытыми площадками для разгрузки и досмотра.
- Имеются посты фитосанитарного и ветеринарного контроля с лабораторией.

**Крокус Интерсервис**  
**143002, Московская область, Одинцовский район,**  
**с. Акулово, ул. Новая, д. 137.**  
**Тел.: +7-495-593-4333**

# Слабый напиток с

Акцизные сборы от производства пива, направляемые в региональные бюджеты, превышают по сумме совокупные расходы этих бюджетов на молодежную политику и массовый спорт. Пивоваренная отрасль несет поистине «золотые яйца». Но возможности этой «курицы» безграничны.



Пиво является одним из самых любимых напитков в нашей стране. Пиво также любят и финансисты – ведь этот пенный напиток является одним из серьезных доноров местных бюджетов. В январе–ноябре 2011 г. акцизные поступления от производства и импорта пива в России составили 89,5 млрд руб., что на 14,5% больше, чем за тот же период 2010 г. Акцизные сборы от оборота крепкого алкоголя выросли на 9,4%, вин – на 20,7%. Эти цифры могли бы свидетельствовать о том, что население России отворачивается от крепкого алкоголя (читай – водки) в пользу более мягких, «цивилизованных», напитков, таких как натуральные вина и пиво. Однако такой вывод был бы преждевременным. В данном случае речь идет не о здоровье нации, а о фискальных манипуляциях.

С 2010 г. акциз на пиво вырос втрое, в результате чего пиво стало самым значимым источником бюджетных поступлений в подакцизной группе товаров «Напитки». В январе–ноябре 2011 г. доля поступлений от пива в этой группе достигла почти 50%, тогда как доля крепкого алкоголя снизилась до 40%. Общая сумма акцизных сборов по группе «Напитки» по сравнению с январем–ноябрем 2010 г. возросла на 12,3%. Этот прирост на 57% был обеспечен ростом поступлений от оборота пива.

Региональные бюджеты, куда направляются акцизные сборы от производства пива, пополнились за 11 месяцев 2011 г. на 86,7 млрд руб. Для сравнения, за тот же период совокупные расходы региональных бюджетов по направлениям «Молодежная политика и оздоровление детей» и «Массовый спорт» составили 83,6 млрд руб.

Эти цифры дают представление о том, что пивоваренная отрасль России сегодня – это один из динамично развивающихся рынков несырьевого сектора российской экономики. Отрасль характеризуется высокой инвестоемкостью и восприимчивостью к модернизации. Если говорить об инновационном характере промышленности, то можно сказать, что пивоварение – это пример инновационного, модернизированного, современного ее сектора. Хотя бы потому, что 3% рабочих мест в отрасли создают 20% валового продукта пищевой промышленности РФ.

## И ХМЕЛЬ ОТЕЧЕСТВА НАМ СЛАДОК И ПРИЯТЕН...

Пивоварение на Руси имеет давние традиции. Уже в древних летописях встречаются упоминания о «переваре», в меру крепком напитке, который готовили наши предки из пива и меда. Во времена Ивана III пиво вместе с хлебным вином продавалось в царевых кабаках. В начале XVIII в. в Новгороде ведро простого пива стоило 4 алтына, то есть 12 коп., при царе Алексее Михайловиче бочка пива продавалась за 4 руб. Четыре раза в год – по большим праздникам – крестьянам самим дозволялось варить пиво для домашнего питья. Такие праздничные застолья назывались «особым пивцом». Пить домашнее пиво разрешалось три дня.



# крепкой отдачей

День пивовара в России отмечается каждую вторую субботу июня. В этом году он состоится 9 июня. Праздник призван способствовать формированию традиций российского пивоварения, укреплению авторитета и престижа профессии пивовара, развитию культуры потребления пива в России.

В 2011 г., по данным Росстата, производство пива в России выросло на 1,5% по сравнению с 2010 г. Это значит, что спад производства, который переживала отрасль в 2008–2010 гг., остановился и наметилась тенденция к росту. При этом ощутимый прирост наметился только в IV квартале, когда производство светлого пива выросло на 8,9%.

Розничные продажи пива сохраняли положительную динамику в течение всего года. Таким образом, можно говорить о том, что пивоваренная отрасль проявила жизнестойкость и преодолела депрессию и кризис предыдущих лет, вызванный в большей степени фискальными, а не чисто экономическими факторами. Об этом говорят производственные показатели других отраслей, которые не испытали на себе кратного повышения акцизной ставки. Так, производство водки за 2010 г. выросло на 3,7%, вина – на 14,5%. Что же касается пива, то, по данным Росстата, в России индекс его производства в 2010 г. опустился до отметки 94,1% к уровню 2009 г. При этом спад отчетного года оказался более значительным, чем в 2009 г., когда производство составило 95,2% к уровню 2008 г.

Многие другие отрасли, связанные с производством напитков и продуктов питания, уже в 2010 г. вышли из кризиса. Пивоварам этого не позволило сделать трехкратное повышение акцизной ставки и последовавший за тем рост цен, сделавший пиво менее доступным для потребителей. В целом отрасль за три неблагоприятных года (с 2008 по 2010 г.) вернулась к производственному уровню 2006 г.

Между тем акцизные поступления от оборота пива за 2010 г. составили 84,6 млрд руб. и достигли 270,8% к 2009 г. (За тот же период совокупные расходы региональных бюджетов на молодежную политику и оздоровление детей составили 48,9 млрд руб., охрану семьи и детства – 48,2 млрд, на водное, лесное хозяйство и охрану окружающей среды – 35,4 млрд руб.)

В этой ситуации существенно увеличивается значение пивоваренной отрасли для региональных бюджетов, которые пополняются акцизами на произведенную продукцию. Регионы с развитым пивоварением в еще большей степени, чем раньше, заинтересованы в процветании отрасли и в ее поддержке.

Ирина МУРАВЬЕВА



#### Пивоваренная отрасль в России в 2010 г.

Производство (млн дал)	1029,3
Занятость (тыс. чел.)	40
Занятость в смежных отраслях (тыс. чел.)	600
Налоговые отчисления в консолидированный бюджет (млрд руб.)	200
в т.ч. акциз	84,6

Источник: Союз российских пивоваров.

Примерно 90% российского рынка пива принадлежит десяти компаниям. Оставшиеся 10% поделили между собой менее крупные производители и региональные компании по производству пива. По данным за 2010 г., самую крупную долю рынка пива занимала пивоваренная компания «Балтика» (37,6%). Второе место (19,4%) – у «СанИнБев», одного из крупнейших мировых производителей пива.



# ЗАКОН ПОД

В пивоваренной отрасли России занято порядка 40 тыс. человек, причем одно рабочее место здесь создает до 10 рабочих мест в смежных отраслях. Сегодня эта сфера деятельности, с точки зрения ее дальнейшего развития, переживает один из самых непростых периодов. Это касается как государственного и технического регулирования производства и оборота пива, так и идеологических аспектов, связанных с формированием ответственного потребления алкоголя и борьбы с алкоголизмом.



Пивовары с пониманием относятся к задаче по сокращению масштабов злоупотребления алкоголем и поддерживают меры, изложенные в «Концепции реализации государственной политики по снижению масштабов злоупотребления алкогольной продукцией и профилактике алкоголизма среди населения РФ на период до 2020 года», утвержденной распоряжением Правительства РФ от 30 декабря 2009 г. Союзом российских пивоваров постоянно реализуются проекты, направленные на предотвращение продажи пива несовершеннолетним, злоупотребления алкогольными напитками, употребления алкоголя за рулем. В последние годы произошло существенное сокращение производства и потребления пива.

Однако Федеральный закон № 218 «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» и признании утратившим силу Федерального закона «Об ограничениях розничной продажи и потребления (распития) пива и напитков, изготавливаемых на его основе», приравнявший пиво к крепкому алкоголю, создал основу для механического переноса многих требований, которые применяются к крепким алкогольным напиткам, по вполне понятным причинам (значительное количество подделок, уход от уплаты налогов, «серый рынок»), на пивоваренную продукцию. В этой связи необходимо отметить, что сложная технология пивоварения в корне отличается от производства крепких напитков и не создает предпосылок к выпуску контрафактной продукции, о чем свидетельствуют данные Росстата и регулярных проверок. В результате многие положения регулирования рынка крепкого алкоголя, проецируемые на пиво, превращаются не только в бюрократические препятствия, создающие возможности для процветания коррупции, но и реально противодействуют развитию, в первую очередь, малого и среднего бизнеса, подрывая доверие к возможности основания и успешного развития предпринимательства в России.

При этом на разработке в Росалкогольрегулировании находится более десятка нормативно-правовых актов, конкретизирующих нормы закона, отдельные положения которого вступили в силу с

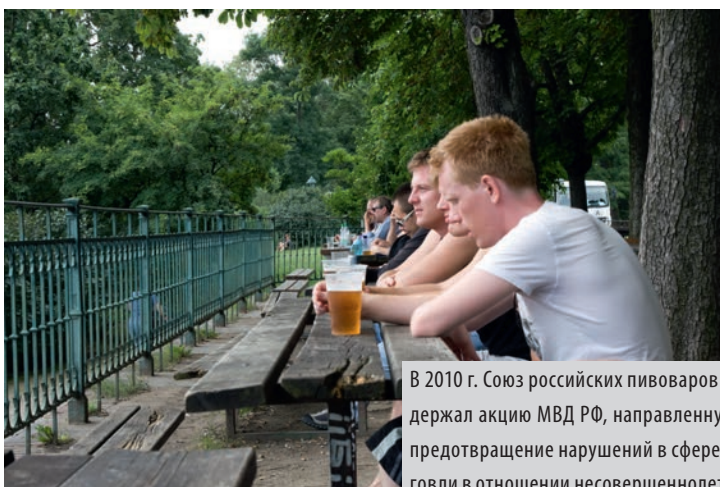
# ГРАДУСОМ?

Российская пивоваренная отрасль насчитывает более 250 предприятий различной мощности, производственные площадки которых расположены в 73 субъектах Российской Федерации.

1 января 2012 г., а также вступят в силу в ближайшее время. Отсутствие указанных документов и, как следствие, прямое копирование норм, регулирующих оборот крепких алкогольных напитков, приводят к разному толкованию положения закона различными участниками рынка, а в некоторых случаях – к остановкам производства и поставок пивоваренной продукции.

Так, с 1 января 2012 г. любая поставка пива должна сопровождаться пакетом дополнительных документов, которые в несколько раз увеличивают объем существовавшего ранее документооборота, никоим образом не влияя на улучшение контроля, а в большинстве случаев дублируя уже существующие документы. При этом в соответствии с проектом постановления Правительства РФ «О внесении изменений в постановления Правительства Российской Федерации от 31 декабря 2005 г. № 864 «О справке к товарно-транспортной накладной на этиловый спирт, алкогольную и спиртосодержащую продукцию» и от 31 декабря 2005 г. № 872 «О справке, прилагаемой к грузовой таможенной декларации», изменяется форма и порядок заполнения вышеуказанной справки, прилагаемой к товарно-транспортной накладной на алкогольную продукцию. В частности, речь идет о необходимости предоставления информации о дате розлива алкогольной продукции, а также о введении обязательства поставщика по хранению справки с отметкой покупателя о получении продукции, равно как и справки с отметкой получателя продукции при внутренних перемещениях, в течение 5 лет.

Ассортимент продукции, поставляемой ежедневно производителями пива, существенно шире, чем любой иной алкогольной продукции. Так, ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» (с учетом филиалов) ежедневно отгружает более 250 наименований пива (в среднем до 90 наименований на одного покупателя) для 3 тыс. своих клиентов.



В 2010 г. Союз российских пивоваров поддержал акцию МВД РФ, направленную на предотвращение нарушений в сфере торговли в отношении несовершеннолетних. В декабре 2010 г. продавцы получили право проверять документы у покупателей алкоголя, а в июле 2011 г. была введена уголовная ответственность за продажу алкоголя несовершеннолетним.



Когда в 1980 г. в Норвегии решили снизить крепость популярного в стране пива «Пилзнер» с 4,5 до 3,2%, это вызвало такой бурный протест любителей пива, что вопрос был вынесен на обсуждение норвежского парламента.

С 1 января 2012 г. «Балтика» должна ежедневно выдавать порядка 540 тыс. справок на свою продукцию. При этом документооборот отдельного дистрибьютора, осуществляющего прямые поставки в мелкую и среднюю розницу, может быть сравним с документооборотом лидеров производства пивоваренной продукции, не осуществляющих продажи в розничные точки.

Введен целый ряд новых требований к порядку хранения пива без предоставления необходимого для переоборудования времени. С 1 января 2013 г. производственные мощности должны быть оборудованы специальными средствами учета, требования к которым еще не утверждены, в то время как их доставка и монтаж занимают в среднем 10–12 месяцев. Индивидуальным предпринимателям запрещена оптовая продажа пива, в результате чего многие дистрибьюторы пивной продукции вынуждены уйти с рынка.

Положение усугубляется тем, что другой важный для отрасли документ – проект Технического регламента Таможенного союза «О безопасности алкогольной продукции» содержит целый ряд положений, с которыми не могут согласиться пивовары, причем позиции пивоваренной отрасли были убедительно аргументированы и поддержаны учеными и специалистами на обсуждениях в ТПП РФ, РСПП, ФАС, Минэкономразвития и на других площадках. В частности, в данном Техническом регламенте дается новое определение пива, в соответствии с которым устанавливается лимит для использования зерновых (в размере 20%) и сахаросодержащих продуктов (в размере 2%) от массы пивоваренного солода, фактически запрещается использование ароматических и вкусовых добавок. Это противоречит мировой практике пивоварения и требованиям, предъявляемым странами ЕС и ЕврАзЭС, и не обосновано с точки зрения обеспечения качества и безопасности пива. Это определение может создать дополнительные трудности и для многих пивоваров ЕС, экспортирующих свою продукцию в Россию или осуществляющих производство своих торговых марок на территории России по лицензии.

В соответствии с проектом Технического регламента, производство и оборот алкогольной продукции, к которой теперь принадлежит пиво, в пластиковой упаковке не допускается. Это – дискриминационная мера, которая нанесет

серьезный удар не только по пивоваренной промышленности, но и по всему рынку. Сегодня в России около 50% всего объема пива производится в пластиковой таре (в Республике Беларусь – 80%), тогда как доля других алкогольных напитков в пластиковой таре незначительна. Следует отметить, что исследования независимых организаций в России и за рубежом показали полную безопасность использования пластиковой потребительской тары. Парадоксально, но Технический регламент Таможенного союза «О безопасности упаковки», содержащий запрет на повторное использование стеклянной тары для алкогольной продукции, не ограничивает использование полимерной тары для пищевой продукции, включая детское питание, в то время как проектом Технического регламента Таможенного союза «О безопасности алкогольной продукции» вводится запрет на использование пластиковой потребительской упаковки.

Как показало исследование организации Ernst&Young, проведенное в октябре 2011 г., в случае запрета использования пластиковой тары налоговые потери в трех отраслях – ПЭТФ, ПЭТ преформ и пивной – могут составить 53 млрд руб. в 2012 г. В 2013–2015 гг. – от 36 млрд до 44 млрд руб. ежегодно. Суммарно объем недополученных инвестиций может достигнуть 172 млрд руб. за период 2012–2015 гг.

По мнению трех союзов пивоваров – России, Белоруссии и Казахстана, конструктивным решением проблемы могла бы стать разработка отдельного Технического регламента на пивоваренную продукцию с привлечением специалистов в данной области, причем как от научных организаций, так и от производителей. Формат отдельного Технического регламента Таможенного союза «О безопасности пивоваренной продукции» позволит максимально учесть и детализировать особенности производства и оборота пива и на этой базе эффективно обеспечить безопасность продукта для потребителей. Такой Технический регламент может быть разработан в кратчайшие сроки на базе уже разработанного проекта Федерального закона о Техническом регламенте РФ «О пивоваренной продукции», прошедшего первое чтение в Государственной Думе РФ в 2010 г.

**Алик ТУЙГУНОВ,**  
исполнительный директор Союза российских производителей пива-безалкогольной продукции (Союз российских пивоваров)

Импорт пива в январе – октябре 2011 г. увеличился на 4% по сравнению с тем же периодом 2010 г. При этом ввоз дорогих марок из дальнего зарубежья вырос на 12%, а более экономичного пива из СНГ – только на 2%. В предыдущем году эта тенденция была выражена более ярко: рост на 16% импорта из дальнего зарубежья и падение на 7,6% – из СНГ.



**U-BOAT**  
ITALO FONTANA

Crocus City Mall | Lotte Plaza  
(495)727-25-49 | (495)787-11-15

## погружение в детали

**U-Boat ClassicoCAB - 53 мм.** Сталь 316L с покрытием IPBlack. Автоматический механизм с хронографом: 28800 полуколебаний в час, 25 камней, запас хода 44 часа. Сапфировое стекло. Люминесцентные стрелки и цифры. Гипоаллергенный ремешок из телячьей кожи, сделанный вручную. Водонепроницаемость 100 м.  
[www.uboatwatch.it](http://www.uboatwatch.it)

# Пена осядет – проблемы останутся



**«Бив»: Андрей, какая ситуация сложилась на российском рынке пива за последние несколько лет?**

– Российская пивоваренная отрасль на сегодняшний день достаточно консолидирована. На рынке работает более 250 пивоваренных компаний, при этом продукция 10 из них занимает более 90% рынка. Начиная с 2008 г., по данным компании Nielsen, рынок в совокупности потерял около 18% своего объема. По нашему мнению, основной причиной сокращения стал не столько кризис, сколько рост ставок акцизных сборов на пиво, который составил в 2010 г. 200% к уровню 2009 г., и это не предел – с тех пор ставки акцизов постоянно растут. Такое существенное увеличение налоговой нагрузки в сравнении с акцизами на крепкий алкоголь не оправданно. В Европе, США и других странах чем меньше алкоголя в продукте, тем меньше акцизная нагрузка в пересчете на чистый алкоголь. Соответственно, ставка акциза на крепкие спиртные напитки выше, чем на пиво. В России же они практически равны. Прибавим к этому обширный теневой рынок крепкого алкоголя (который, только по официальным данным, превышает 40%), которого нет в пивной отрасли. В результате за 2010 г. государство собрало в бюджет более 84 млрд руб. поступлений от оборота пива и только 75 млрд руб. – с крепких алкогольных напитков, а в 2011 г. это соотношение уже стало 97 млрд к 82 млрд руб.

В целом доходность производства пива в России сегодня почти в 2 раза ниже, чем, например, в США, Европе или Бразилии. Мы даже налоговое бремя на потребителя перекладываем со значительной отсрочкой по времени.

**«Бив»: Такая ситуация связана с политикой государственного регулирования?**

– Российский рынок пива вообще самый странный с точки зрения государственного регулирования. Во всем мире пивная отрасль регулируется достаточно мягко, поскольку пиво – это слабоалкогольный напиток. Серьезным ограничениям подвергается, в основном, рынок крепких алкогольных напитков, поскольку он связан с оборотом этилового спирта. В России всё наоборот. Последние поправки в закон № 171-ФЗ «О

Уже в этом году поправки в законодательство о регулировании производства и оборота алкогольной продукции в России заставят производителей пива внести серьезные изменения в свою работу. Журнал «Бизнес и Выставки» побеседовал на эту тему с Андреем ГУБКОВИЧ – вице-президентом компании «Анхойзер-Буш ИнБев» по правовым вопросам и корпоративным отношениям в Центральной и Восточной Европе.

государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» распространяют все ограничения отрасли крепких алкогольных напитков на пивоварение, без учета его специфики.

**«Бив»: В чем будут состоять эти ограничения?**

– В основном они будут касаться регулирования условий производства и хранения готовой продукции, рецептуры пива, сопроводительных документов, а также рекламы и продажи готовой продукции. Их основная задача – бороться с подпольным оборотом этилового спирта и контрафактной продукцией, а также с алкоголизацией населения. К сожалению, многие указанные в законе меры становятся совершенно бессмысленными при попытке применить их к пивной отрасли.

Например, с 1 января 2013 г. производителям пива необходимо будет оформлять дополнительные справки «А» и «Б» к товарно-транспортной накладной, касающиеся лицензии на алкогольную продукцию, но для оборота пива не требуется лицензий и акцизных марок. Как же нам их оформлять?

С 1 января 2013 г. мы должны установить на наших российских предприятиях специальные счетчики учета объема готовой продукции. Данные счетчики должны быть опломбированы. Но специфика пивоваренного производства такова, что пиво – натуральный многокомпонентный продукт (в отличие от водки, состоящей из спирта и воды), и требуется регулярная очистка трубопроводов. Соответственно будет необходима распломбировка, которая может быть осуществлена только в присутствии контролирующих органов. Это неизбежно будет связано с остановкой производства на неопределенное время. И это ещё без учета обязательной процедуры регулярных проверок счетчиков.

Также с 1 января 2013 г. в Федеральном законе появится определение «пива» как напитка, изготовленного по рецептуре: не менее 80% солода и 20% несоложенных материалов (зерно, зернопродукты), при массе сахаросодержащих продуктов не более 2% от объема солода. Такое определение закрепляет четкую рецептуру пива на законодательном уровне. Се-

годня единственная страна в мире, где есть ограничение на рецептуру пива (оно называется «Закон о чистоте пива»), это Германия, да и то с целым списком исключений. Тогда как во всех остальных странах, например Японии, США, Китае, Мексике и Бельгии, рецепты пива совершенно разные. Пиво варят из риса (Япония, США), кукурузы (Мексика), с добавлением фруктов (Бельгия) в совершенно разных пропорциях, и все это называется пивом. Если такое определение пива останется в нашем законе, многие международные признанные пивные бренды в одночасье превратятся в пивные напитки.

Производители пива в России возлагают серьезные надежды на технические регламенты, которые разрабатывает Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка. Эти регламенты будут иметь силу не только на территории России, но и других стран Таможенного союза. Возможно, с помощью регламентов, в случае их принятия с учетом профессиональных замечаний пивоваров, государство прояснит создавшуюся ситуацию и разрешит возникшие противоречия.

**«Бив»: Может быть, эти меры направлены на уменьшение потребления алкоголя населением?**

– Цель нашей компании – не только в производственной деятельности. Мы уделяем большое внимание социальным инициативам, особенно формированию культуры ответственного потребления алкоголя. Мы считаем, что пиво – это напиток, который надо употреблять в строго умеренных количествах в уютной дружеской атмосфере, но никак не для нанесения вреда здоровью или потере самоконтроля. Совместно с коллегами из других пивоваренных компаний мы стремимся улучшить имидж пивоваренной отрасли в России. Мы размещаем социальную рекламу о запрете продажи алкоголя несовершеннолетним, недопущении вождения автомобиля в нетрезвом состоянии. Но, кроме запретов, важно и обучение, пропаганда здорового образа жизни – только такими комплексными методами можно бороться с повальной алкоголизацией населения в нашей стране. Увеличение же налоговой нагрузки и излишнее регулирование выльются только в рост затрат на производство и отразятся, в конечном счете,

на цене продукта, то есть на потребителе. И вот в этом случае возможно переключение потребителей на более дешевый крепкий алкоголь, качество которого часто оставляет желать лучшего.

**«БивВ»: «Анхойзер-Буш ИнБев» является международной компанией. Есть ли специфика в производстве пива в России по сравнению с другими странами?**

– С точки зрения подходов к стандартам производства, отличий нет. Однако огромная территория России, конечно, создает некоторую специфику в плане логистики. Нашей компании принадлежат в России 9 заводов, которые расположены в самых разных климатических зонах. Это диктует особые условия хранения и транспортировки товара, особенно за Урал. Тем не менее мы держим единую марку и используем единые для всех стран технологические процессы, так что в качестве нашего продукта потребитель сомневаться не должен.

**«БивВ»: Имеются ли региональные различия в потребительских предпочтениях тех или иных ваших марок?**

– Разумеется. Если говорить о ценовой сегментации рынка пива, то в Западной Европе, например, пиво эконом-класса занимает только 20% рынка, а остальное делится между классами «средний», «премиум» и «супер-премиум». Это значит, что потребитель там предпочитает марки с особой историей, брендом, рецептурой. За это он готов дополнительно платить. В России бренды пива эконом-класса занимают в среднем до 50% рынка, а в регионах еще больше. Хотя, конечно, Москва и Петербург тяготеют к премиальному сегменту. Ситуация постепенно меняется в сторону увеличения потребления дорогих брендов пива, хотя в России за счет низкого уровня доходов среднестатистический потребитель еще не готов платить европейскую цену за бутылку премиального пива.

**«БивВ»: Какова стратегия вашей компании в России на ближайшее время?**

– Наша компания чтит закон. Для нас он обязателен для исполнения, поэтому, разумеется, мы будем перестраивать наши производственные процессы в соответствии с новыми требованиями и ситуацией на рынке. Основная задача любой компании на растущем рынке – это серьезное сокращение расходов. Сегодня это приобретает все большую актуальность. Мы также обращаем внимание на эффективность наших производственных процессов и серьезно работаем с кадрами. Естественно, сокращение расходов никак не скажется на качестве нашей продукции. У нас железные стандарты по качеству, принятые на уровне всей компании, и они жестче, чем требования, предъявляемые к отрасли российским законодательством. Мы производим международные бренды, которыми гордимся. Это, прежде всего, бренды Bud и Stella Artois, а также российские бренды «Сибирская Корона» и «Клинское».

**Беседовала Надежда КАЛМЫЧКОВА**



Z A F F E R A N O

РЕСТОРАН & ТЕРРАСА

**ОТКРЫТИЕ ЛЕТНЕЙ ТЕРРАСЫ**  
ЛЕТНЕЕ МЕНЮ, ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ КОКТЕЙЛИ  
LIVE JAZZ, КАЛЬЯНЫ, МОДНЫЕ DJ

LOTTE PLAZA 3-Й ЭТАЖ | НОВИНСКИЙ БУЛЬВАР, 8 | RESERVE 258-93-05  
VEGAS 2-Й ЭТАЖ | 24 КМ МКАД X КАШИРСКОЕ Ш. | RESERVE 989-65-92  
[www.zafferanorest.ru](http://www.zafferanorest.ru) | [facebook/zafferano](https://facebook.com/zafferano) | [twitter/zafferano\\_rest](https://twitter.com/zafferano_rest)



## Вино, пиво и другие напитки

Выставка, организатор	Время проведения	Место проведения	Контакты
<b>ЧЕШСКИЙ ФЕСТИВАЛЬ ПИВА</b> Czechski Pivni Festival, SE	17.05 – 2.06.12	Чехия Прага	www.cesky pivni festival.cz; info@pivni festivalpraha.cz тел./факс +420 224 214 775
<b>МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ ПИВА</b> Аллегро	8–10.06.12	Россия Москва	www.beer-festival.ru; info@beer-festival.ru тел. + 7 495 689 5412; факс + 7 495 689 4340
<b>SIAL BRAZIL</b> BTS Informa	25–28.06.12	Бразилия Сан-Паулу	www.btsmedia.biz; flavio.lemos@btsmedia.biz тел. +55 11 3598 7800; факс +55 11 3598 7801
<b>INTERNATIONAL BERLIN BEER FESTIVAL</b> Berliner Biermeile e.V.	3–5.08.12	Германия Берлин	www.berliner-biermeile-ev.de; Kontakt@Berliner-Biermeile-eV.de тел. +49 030 5515 6960; факс 030 5426 170
<b>GREAT BRITISH BEER FESTIVAL</b> CAMRA	7–11.08.12	Великобритания Лондон	www.camra.org.uk; camra@camra.org.uk тел./факс +44(0) 17 2786 7201
<b>MIAMI INTERNATIONAL WINE FAIR</b> Miami International Wine Fair	14–16.09.12	США Майами	www.miamiwinefair.com; info@miamiwinefair.com тел. +1 (866) 887 9463; факс +1 (866) 229 3031
<b>OCTOBERFEST</b> Datenwerk GmbH	22.09 – 7.10.12	Германия Мюнхен	www.oktoberfest.de; info@datenwerk.de тел. +49 (89) 997 3830; факс +49 (89) 997 38310
<b>ПИР-ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА</b> Пир Групп	25–28.09.12	Россия Москва	www.pir.ru; info@pir.ru тел./факс +7 (495) 637 9440
<b>GREAT AMERICAN BEER FESTIVAL</b> Brewers Association	11–13.10.12	США Денвер	www.greatamericanbeerfestival.com; info@brewersassociation.org тел. +1 303 447 0816; факс +1 303 447 2825
<b>BEST BUY</b> Comexposium	21–25.10.12	Франция Париж	www.comexposium.com; infos@exposium.fr тел. +33 (0)1 7677 1111; факс +33 (0)1 7677 1212
<b>FOIRE BERNOISE DU VIN</b> BEA Bern Expo	12–21.10.12	Швейцария Берн	www.beaexpo.ch; info@beaexpo.ch тел./факс +41 (0)31 340 1234
<b>INTERBEV</b> InterBev Show Management	16–18.10.12	США Лас-Вегас	www.interbev.com; interbev@cmgexpo.com тел. +1 (703) 934 4700; факс +1 (703) 934 4899
<b>MEGAVINO</b> Megavino sprl	19–22.10.12	Бельгия Брюссель	www.megavino.be; megavino@vinopres.com тел./факс +32 2 533 2770
<b>WINE, FOOD &amp; GOOD LIVING</b> Suomen Messut	25–28.10.12	Финляндия Хельсинки	web.finnexpo.fi; info@finnexpo.fi тел. +358 40 450 3250; факс +358 9 142 358
<b>EXPO DRINK &amp; WINE</b> Romexpo	31.10 – 4.11.12	Румыния Бухарест	www.romexpo.org; romexpo@romexpo.org тел. +40 (21) 224 3160; факс +40 (21) 224 0400
<b>SALON DE VIN</b> Bulgarreklama Agency	7–10.11.12	Болгария София	www.bulgarreklama.com; bul-reklama@bulgarreklama.com тел. +359 (2) 9655 220; факс +359 (2) 9655 230
<b>КАРТА ВИН</b> «Крокус Экспо»	8–10.11.12	Россия Москва	www.crocus-expo.ru; winecard@crocus-off.ru тел./факс +7 (495) 727 1131
<b>HONG KONG INTERNATIONAL WINE &amp; SPIRITS FAIR</b> HKTDCC	8–10.11.12	Китай Гонконг	www.tdctradeairs.com; exhibitions@tdc.org.hk тел. +852 1830 668; факс +852 2824 0249
<b>LA GRANDE DEGUSTATION DE MONTREAL</b> AQAVBS	8–10.11.12	Канада Монреаль	www.aqavbs.com; information@aqavbs.com тел. +1 (514) 722 4510; факс +1 (514) 253 1477
<b>FORUM VINI</b> Albrecht GmbH	9–11.11.12	Германия Мюнхен	www.albrechtexpo.de; info@albrechtexpo.de тел. +49 (0) 89 2729 4820; факс +49 (0) 89 2729 4822
<b>THE GOOD FOOD &amp; WINE SHOW – BRISBANE</b> Diversified Exhibitions Australia.	9–11.11.12	Австралия Брисбен	www.divexhibitions.com.au; shows@divexhibitions.com.au тел. +61 3 9261 4541; факс +61 3 9261 4545
<b>ENOEXPO</b> Targi w Krakowie Ltd.	14–16.11.12	Польша Краков	www.targi.krakow.pl; grabowska@targi.krakow.pl тел. +48 12 644 5932; факс +48 12 644 6141
<b>FHC CHINA</b> HKTDCC	14–16.11.12	Китай Шанхай	www.tdctradeairs.com; exhibitions@tdc.org.hk тел. +852 1830 668; факс +852 2824 0249
<b>GOURMETS &amp; VINS – BRUXELLES</b> Novexpo	22–25.11.12	Бельгия Брюссель	www.gourmetsvins.com тел. +33 (0)9 8186 9299; факс +33 (0)9 8186 9277
<b>VINITECH</b> Congres et Expositions de Bordeaux	27–29.11.12	Франция Бордо	www.bordeaux-expo.com; salons@bordeaux-expo.com тел. +33 (0)5 5611 9900; факс +33 (0)5 5611 9999
<b>EXPO DEI SAPORI</b> Fiera Milano International S.p.A.	1–9.12.12	Италия Милан	www.fieramilano.it; fieramilano@fieramilano.it тел. +39 (02) 4997 1; факс +39 (02) 4997 7963
<b>SIVAL</b> Angers Parc Expo	15–17.01.13	Франция Анжер	www.angers-parcexpo.com; info@angers-parcexpo.com тел. +33 (0)2 4193 4040; факс +33 (0)2 4193 4050
<b>UNIFIED WINE &amp; GRAPE SYMPOSIUM</b> CAWG	21–31.01.13	США Сакраменто	www.cawg.org; info@cawg.org тел. +1 (916) 379 8995; факс +1 (916) 379 8999
<b>BEO WINE FAIR</b> Belgrade Fair	21–24.02.13	Сербия Белград	www.sajam.co.rs; info@sajam.co.rs тел. +381 (0)11 2655 377; факс +381 (0)11 2655 722
<b>ENOMAQ</b> Feria de Zaragoza	12–15.02.13	Испания Сарагоса	www.feriazaragoza.com; info@feriazaragoza.com тел. +34 976 764 700; факс +34 976 330 649
<b>OENOS</b> Helexpo	март 2013 г.	Греция Салоники	www.helexpo.gr; helexpo@helexpo.gr тел. +30 2310 291 111; факс +30 2310 291 674
<b>VINEX</b> BVV	6–8.03.13	Чехия Брно	www.bvv.cz; info@bvv.cz тел. +420 541 151 111; факс +420 541 153 070

# Выставки, конгрессы,



### MOBILE ASIA EXPO

Дебютная выставка и конгресс Международной ассоциации операторов мобильной связи GSM (GSMA) – Mobile Asia Expo пройдет с 20 по 22 июня 2012 г. в Шанхайском международном выставочном центре (SNIEC). Ожидается, что деловая программа выставки привлечет около 20 тыс. посетителей. Организаторы Mobile Asia Expo опираются на успех предыдущих мероприятий ассоциации в этой области. Конгресс GSMA привлечет к активному диалогу лидеров китайской и мировой мобильной индустрии, а также других отраслей, таких как бытовая электроника, автомобилестроение, здравоохранение и коммунальные услуги. Выставка Mobile Asia Expo будет нацелена на профессиональный и потребительский рынок.

### ITE GROUP

Операционная прибыль британской выставочной компании ITE Group по первым трем месяцам финансового года – с 1 октября по 31 декабря 2011 г. – соответствует ожиданиям менеджмента. Она составила 31 млн ф. ст. (37 млн евро) против 20,5 млн ф. ст. (24,5 млн евро) в предыдущем году. Эти цифры включают в себя доходы от всех мероприятий компании, прошедших за этот период, в том числе и от недавно приобретенных. Почти 7%-ный рост прибыли объясняется существенным расширением портфеля выставочных мероприятий ITE в России и Турции за счет приобретения компаний MVK, «КраснодарЭкспо» и Yarı. Оборот компании ITE Group с 1 октября 2011 г. по 24 января 2012 г. составил 113 млн ф. ст. (135,3 млн евро), что на 8% больше, чем за тот же период год назад.

### DUBAI INTERNATIONAL CONVENTION & EXHIBITION CENTRE

«К сожалению, Выставочно-конгрессный центр Дубаи (Dubai International Convention & Exhibition Centre) не смог реализовать те амбициозные цели, которые он поставил перед собой 6 лет назад», – заявил Мартин Фолкертс, директор отдела международных выставок Deutsche Messe. В результате ведущая выставка ковров и напольных покрытий Domotex Middle East после шести лет работы в Дубаи переезжает на новую площадку, в Стамбул. Уже с 8 по 11 ноября 2012 г. Domotex поприветствует своих участников и гостей в выставочном центре CNR Expo. По мнению организаторов, переезд благотворно скажется на посещаемости выставки. Турция является одним из пяти крупнейших мировых поставщиков ковров и текстильных напольных покрытий ручного и машинного производства, четверть всего экспорта уходит на Ближний Восток, остальное – в Европу.

# форумы



## ABU DHABI NATIONAL EXHIBITIONS COMPANY

В 2011 г. выставочная компания ADNEC (Abu Dhabi National Exhibitions Company) провела рекордное количество мероприятий на трех своих площадках в Абу-Даби, Лондоне и Аль-Айне: Abu Dhabi National Exhibition Centre, ExCeL London и Al Ain Convention Centre. В этих выставочных центрах прошло 733 мероприятия, на 18% больше, чем в 2010 г. «Увеличение количества и улучшение качества мероприятий, которые мы проводим, говорит о росте наших амбиций в выставочной отрасли. ADNEC поднимает престиж Абу-Даби на международном уровне и играет ключевую роль в увеличении объема делового туризма в Эмиратах», – прокомментировал эти результаты управляющий директор ADNEC.

## «НОВОСИБИРСК ЭКСПОЦЕНТР»

Новый выставочный комплекс «Новосибирск Экспоцентр» был официально открыт 7 февраля 2012 г. в Новосибирске. Спроектированный в соответствии с мировыми выставочными стандартами, комплекс считается уникальным объектом деловой инфраструктуры Новосибирска. Спецификация выставочного центра позволит решать задачи индивидуальной застройки любой сложности, размещать станки и оборудование, задействовать демонстрационные площадки для самых сложных, нестандартных и оригинальных экспозиций. Пока самой крупной выставочной компанией, работающей на территории комплекса, является «ITE Сибирская Ярмарка». Каждый год в выставках этого оператора принимают участие более 4,5 тыс. компаний, и более 100 тыс. специалистов посещают мероприятия в качестве гостей.

## ВСЕМИРНАЯ АССОЦИАЦИЯ ВЫСТАВОЧНОЙ ИНДУСТРИИ

В Стамбуле (Турция) состоялся ежегодный форум руководителей выставочных компаний – членов Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI). В стамбульский Экспоцентр съехались более 70 высших чинов крупнейших мировых компаний – организаторов выставок. В центре обсуждения были вопросы, связанные с кризисом еврозоны. Руководители многих европейских компаний высказывали свою озабоченность по этому поводу. Экономист Роджер Мартин-Фэгг предупредил, что тяжелые времена продлятся еще по крайней мере два года. Участники форума отметили, что турецкий выставочный рынок с его ростом в 8,8% во II квартале 2011 г., безусловно, заслуживает серьезного внимания.

### FIERA MILANO

Итальянская компания Fiera Milano планирует открытие выставки, предназначенной для людей с ограниченными возможностями, – Reatech Italia. Она пройдет с 24 по 27 мая 2012 г. в выставочном центре Fiera Milano. Основная цель выставки – помочь в создании общества с равными возможностями для всех людей. Оборудование для медицинских центров и домов, средства передвижения, протезирования, вспомогательные средства – основные темы экспозиции. Кроме того, организаторы обеспечат возможность активного общения для специалистов, работающих в области инвалидности и реабилитации, с представителями профильных учреждений и ассоциаций. Reatech Italia сможет использовать более чем десятилетний опыт выставки Reatech Brasile, которую Fiera Milano организует в Сан-Паулу через свою дочернюю компанию Cipa FM.

### MESSE FRANKFURT

Немецкая выставочная компания Messe Frankfurt проведет новую выставку-форум Cleanzone 24 и 25 октября 2012 г. Проект представляет собой платформу для обсуждения и популяризации новых технологий уборки помещений. Чистые помещения, свободные от микрочастиц, необходимы в таких областях, как фармацевтика, пищевые технологии, а также в области производства компьютеров и других высокотехнологичных приборов. Клаус Райнке, член исполнительного совета Messe Frankfurt Exhibition, считает, что цель выставки – предложить отрасли идеальную площадку для сотрудничества, повышения опыта и демонстрации последних технологических разработок. Выставка будет сопровождаться обширной деловой программой, форумом специалистов индустрии, различными презентациями и семинарами.

### REED EXHIBITIONS

Выставки технологий безопасности Expo Seguridad Mexico (ESM) и Mexico Safety Expo – последнее пополнение портфеля мероприятий международного холдинга Reed Exhibitions. Подробности сделки не разглашаются. Теперь у клиентов Reed Exhibitions есть дополнительная возможность участвовать в выставках по технологиям безопасности в новом для компании регионе – Латинской Америке. Выставки ESM и Mexico Safety Expo пройдут в Мехико в Vanamex Center в апреле 2013 г. при поддержке Ассоциация индустрии безопасности Латинской Америки (ALAS).

### MESSE DUSSELDORF

Немецкая выставочная компания Messe Dusseldorf опубликовала итоги своей деятельности за 2011 г. Оборот компании составил 360 млн евро (в 2010 г. – 335 млн евро). Операционная прибыль – 289 млн евро (2010 г. – 272 млн евро). На долю международных продаж пришлось 34 млн евро (2010 г. – 38 млн евро). Чистая прибыль компании после уплаты налогов составила 15,2 млн евро, что почти вдвое больше, чем в 2010 г. (8 млн евро). Руководство компании заявило, что ожидает в 2012 г. 4–5%-ный рост прибыли. Помимо Китая, России и Индии международная стратегия компании в ближайшие годы будет сфокусирована на странах Азиатско-Тихоокеанского региона, в частности Таиланде и Индонезии.



# NOBU

MOSCOW

LUNCH за 500₽

с 13.00 до 18.00

Б. Дмитровка 20/1 645 31 91

[www.noburestaurants.ru](http://www.noburestaurants.ru) | [facebook/nobumoscow](https://www.facebook.com/nobumoscow) | [twitter/nobu\\_moscow](https://twitter.com/nobu_moscow)

# Отель «Гостиный дом» – очарование тихой Москвы

Вокруг живет своей привычной жизнью огромный мегаполис. А здесь шелестят листьями деревья, помнящие Тушино еще небольшим подмосковным поселком. В глубине тенистого парка, словно уютный особняк старой Москвы, расположился небольшой двухэтажный отель. Кажется, и время здесь идет по-другому: плавно и неторопливо. За несколько дней можно успеть насладиться и комфортным отдыхом, и тишиной, и общением с природой. Неудивительно, что уникальную домашнюю атмосферу отеля «Гостиный дом» особенно ценят клиенты, приезжающие в столицу с рабочими визитами.

## ДЕЛОВОЙ ПОДХОД...

Отель «Гостиный дом» расположен недалеко от известного Международного выставочного комплекса «Крокус Экспо». Это обстоятельство – важный, но не единственный аргумент в пользу гостиницы. Здесь делают все возможное, чтобы бытовые мелочи и организационные вопросы не отвлекали бизнес-клиентов от основной цели их командировки. Гостей отеля встречают на вокзале или в аэропорту (гостиница находится в 30 минутах езды от «Шереметьево»). К услугам деловых людей конференц-зал и комната для переговоров. Эти помещения оборудованы современной оргтехникой. Для хранения важных бумаг и ценностей в номерах установлены надежные сейфы.

Между выставочным центром и «Гостиным домом» налажено сообщение: дважды в день, утром и вечером, организуются специальные рейсы. Важно, что во время проведения в «Крокус Экспо» крупных, в том числе международных, выставок в гостинице не принято повышать цены на проживание. Более того, многие клиенты отеля во время выставочного сезона могут рассчитывать на ощутимые скидки.

## ...И СЕМЕЙНЫЕ ЦЕННОСТИ

Гостями отеля становятся и романтично настроенные молодожены, и активные семьи с детьми, и ценящие покой пожилые люди. Персонал отеля учитывает интересы каждого. Мечтаете о тишине и уединении? Значит, отдадите должное комфортным номерам с отдельным входом. Любите проводить свободное время на природе? Вам будет интерес-

но посетить расположенный неподалеку Сходненский ковш – уникальный памятник природы, охраняемый государством. Предпочитаете интеллектуальный отдых? Приятным открытием станет экскурсия в живописную усадьбу XIX века «Братцево». Отдыхаете с детьми? Для них в отеле оборудована игровая комната.

О безопасности гостей заботятся сотрудники отеля. Каждый номер оборудован электронными замками с интеллектуальной защитой. Территория гостиницы патрулируется полицией и находится под круглосуточным видеонаблюдением.

## РУССКОЕ ГОСТЕПРИИМСТВО С ЕВРОПЕЙСКИМ КОМФОРТОМ

Клиенты отеля могут рассчитывать на теплую встречу. Это тепло проявляется и в искренней дружелюбности персонала, и в продуманных деталях, и в оформлении интерьера. Гостей ждут 53 комфортабельных номера: одноместные и двухместные, номера-студии и номера «люкс» – все они выдержаны в современном европейском стиле. Каждый номер оборудован сейфом, телефоном, телевизором, холодильником, замком с интеллектуальной защитой, санузлом и душевой кабиной.

## ЖИЗНЬ СО ВКУСОМ

Завтрак во дворе. Что может стать лучшим началом солнечного утра? Пожалуй, только завтрак в ресторане «Дворик» (уже включенный в стоимость проживания). Вы по достоинству оцените фантазию, с которой здесь подошли к оформлению интерьера и составлению меню. Для тех, кому хочется праздника, в ресторане оборудована сцена, есть современная аппаратура и караоке. Наслаждайтесь музыкой и хорошей едой! Качество поставляемых в гостиницу продуктов находится под особым контролем.

«Гостиный дом» дорожит старой дружбой и с удовольствием приобретает новые знакомства. Благодарные отзывы постоянных клиентов – лучшее подтверждение тому, что руководство отеля сделало верную ставку. Искренняя теплая забота среди равнодушной будничной рутины, тихий уютный отель среди суеты мегаполиса...

**Москва, ул. Василия Петушкова, 25**

**Тел.: +7 (495) 948-98-10**

**www.gdom.ru**



## «Крокус Экспо»:



### «Экватэк»

10-й, юбилейный, международный форум «Экватэк-2012» пройдет с 5 по 8 июня, организатор – компания «Сибико Интернэшнл». «Экватэк» – это грандиозный проект, в рамках которого посетители могут ознакомиться с полным спектром оборудования и услуг для рационального использования, восстановления и охраны водных ресурсов в странах СНГ и Восточной Европы. Мероприятие этого года будет состоять из выставки и обширной деловой программы (форумы, конференции, «круглые столы»), посвященных водоподготовке, коммунальному и промышленному водоснабжению, очистке сточных вод, строительству и эксплуатации трубопроводных систем, бутилированию воды и иным вопросам развития водного сектора. В предыдущей выставочной программе приняли участие более 700 экспонентов из 28 стран, экспозиция заняла более 14,5 тыс. кв. м. Общее число посетителей составило более 12,5 тыс. человек.

Составными элементами «Экватэк-2012» будут следующие выставки-форумы: 2-я международная выставка-форум «No-Dig Москва», посвященная бестраншейным технологиям строительства и ремонта инженерных коммуникаций; 7-я международная выставка «СитиПайп», посвященная трубопроводным системам коммунальной инфраструктуры: строительство, диагностика, ремонт и эксплуатация; 4-я международная выставка «БВ-Шоу», посвященная бутилированию и бутилированным водам (в ее рамках предусмотрена обширная деловая программа – Конференция по бутилированию, «круглые столы» – «Бутилирование и бутилированные воды» и «Россия и ВТО: перспективы рынка бутилированных вод»).



### «Московский международный мебельный салон»

Компания Media Globe совместно с МВЦ «Крокус Экспо» проведет этой весной первый «Московский международный мебельный салон» – весеннюю мебельную выставку, в которой примут участие ведущие производители и разработчики современной мебели и материалов для ее производства из России, стран СНГ и Восточной Европы. Мероприятие продлится 5 дней – с 15 по 19 мая. Организаторы выставки ставят перед собой задачу собрать на одной площадке всех крупных игроков мебельной отрасли, которые смогут рассказать друг другу и покупателям о новинках рынка. Основную часть экспозиции МММС составит офисная, корпусная и мягкая мебель.

### TrendShow Moscow

Компания Business Media Russia запускает на площадке МВЦ «Крокус Экспо» новый молодежный интерактивный выставочный проект TrendShow Moscow. С 18 по 20 мая в одном месте будут собраны самые новые, смелые, модные тренды сегодняшнего дня и будущего из разных областей: музыка, образование, инновационные технологии, мода, искусство, дизайн, клуббинг, образ жизни. Покажут себя как ведущие бренды, так и любопытные стартапы. В программе TrendShow Moscow-2012 будут выступления артистов с автограф-сессиями, мастер-классы от экспертов индустрии, интерактивные игры и развлечения с запусками новых продуктов, модные показы, концерты, гастрономические бутики.



### Мосшуз

Очередная летняя международная специализированная выставка «Мосшуз» пройдет с 4 по 7 июня. Проект «Мосшуз» является наиболее крупной выставкой обуви, сумок и аксессуаров на территории России и стран СНГ. Организатор выставки – компания «МосШуз» дает возможность иностранным и российским обувным компаниям представить свои самые перспективные коллекции на следующий сезон. В этом году участие в выставке примут более 300 компаний из 15 стран мира.

# день за днем



## Rosmould и «Роспласт»

7-я международная выставка, посвященная проектированию, производству и эксплуатации форм, пресс-форм и штампов, – Rosmould – 2012 пройдет с 18 по 21 июня. Организатор мероприятия – компания «Эспо-М-Групп». В рамках деловой программы состоится «Международный инструментальный саммит», посвященный современным проблемам проектирования, производства, эксплуатации формообразующей оснастки по тематическим направлениям: рынок, конкурентоспособность, инновационные технологии, эффективность и управление производством. Общая площадь экспозиции составит свыше 8 тыс. кв. м при плановом участии более 300 компаний из 15 стран мира. Ожидается, что выставку посетят более 5 тыс. специалистов.

Параллельно с Rosmould состоится 3-я международная специализированная выставка сырья, оборудования и технологий для производства изделий из пластмасс «Роспласт-2012», которая охватывает почти все направления отрасли – от полуфабрикатов и готовых изделий до оборудования и технологии переработки пластмасс. Оргкомитет выставки – компания «Эспо-М-Групп» – не сомневается, что и в 2012 г. выставочное мероприятие займет одно из ведущих мест среди отраслевых специализированных выставок и привлечет большое количество участников и посетителей. В ходе обширной деловой программы специалисты смогут увидеть презентации ключевых игроков рынка индустрии пластмасс.

Постоянным гостям и группам –  
скидка от 10%



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

*Добро пожаловать в отель «СеверСити»!*

**51 номер:** от «Стандарта» до категории «Люкс»

К вашим услугам:

- конференц-зал на 30 мест
- салон красоты
- бильярд
- обслуживание номеров 24 часа
- кафе-бар
- прачечная
- круглосуточная охрана
- трансфер
- такси
- охраняемая парковка
- интернет Wi-Fi бесплатно



Москва, ул. Паршина, 16, удобно расположен от МВЦ «Крокус Экспо»  
Тел.: **+7 (495) 660-29-19**; e-mail: [reservation@seversiti.ru](mailto:reservation@seversiti.ru)

# ДОРОЖНЫЕ

Выставка «Строительная техника и технологии» (СТТ) уже 13 лет собирает на своей площадке компании, связанные со всеми сегментами дорожно-строительной отрасли. С 29 мая по 2 июня десятки тысяч профессионалов из России и других стран вновь соберутся в МВЦ «Крокус Экспо», чтобы продемонстрировать новинки, подсмотреть за работой конкурентов и, конечно, заключить выгодную сделку.

Сегодня дорожно-строительная отрасль стоит на пороге нового рождения. Использовать инновационные строительные технологии готовы как государственные, так и частные подрядчики. Такой широкий спрос в скором времени поможет существенно улучшить и вывести на новый уровень технологии отечественного дорожного строительства.

В первую очередь, отрасли необходима более современная и гибкая нормативная база. Совсем недавно дорожно-строительная отрасль пребывала в технологическом ступоре из-за административной неразберихи. Профильные ведомства – Министерство транспорта и Росавтодор – не имели права формулировать технические условия дорожного строительства. Отраслевые документы разрабатывало Министерство регионального развития, унаследовавшее эти полномочия от ликвидированного Росстроя. Только в середине 2011 г. Министерству транспорта наконец-то удалось вернуть себе функции разработки норм и правил в области транспортной инфраструктуры. Очень вовремя. Без активной доработки ГОСТов и СпецТУ невозможно эффективно использовать новые строительные технологии.

Кроме современной нормативной базы отечественное дорожное хозяйство нуждается в

активных финансовых вливаниях и четкой системе отбора инновационного оборудования. Ведь большинство современных технологий имеют зарубежное происхождение и зачастую не учитывают российские гидрологические и климатические условия.

Деньги пока остаются самой слабой частью любого серьезного начинания в России, хотя за последнее время Министерству транспорта удалось добиться увеличения объемов финансирования научно-исследовательских разработок в области дорожного строительства. Так, в 2012 г. на профильные НИОКР было выделено около 430 млн руб. – почти в два раза больше, чем в 2011 г. Тем не менее это по-прежнему десятые доли процента от общего дорожного бюджета. Между тем за рубежом расходы на разработку и внедрение новых технологий составляют до 2,5–3,5% в структуре затрат на развитие дорожного хозяйства.

Что касается системы презентации и отбора новых технологических решений и оборудования, то профильные выставки предоставляют для этих целей самую лучшую площадку. На предстоящей выставке «Строительная техника и технологии» каждая компания сможет продемонстрировать свои технические новинки, сравнить их с предложениями других компаний, найти своего покупателя



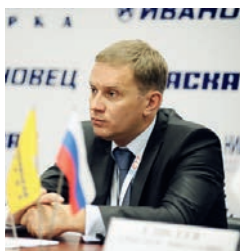


# НОВОСТИ



## Генеральный директор ОАО «Раскат» Владимир МАКАРОВ:

– Выставка «СТТ» помогает налаживать прямые контакты с новыми заказчиками и партнерами. Ежегодно наша фирма представляет на «СТТ» новинки уплотняющей дорожной техники, которые впервые появляются на рынке. Я очень доволен качеством посетителей. Что касается их количества, то, по моим ощущениям, рынок еще не вернулся к докризисному уровню. Но самое главное – я вижу реальные результаты от участия в «СТТ» и считаю инвестиции в данное направление маркетинга оправданными.



## Генеральный директор ООО «Торговая компания «Ивановская марка»» Александр ХНЫКИН:

– Принимая участие в выставке «СТТ-2011», мы ставили перед собой четкую цель: показать результаты развития нашей компании и рассказать о перспективах. Мы считаем, что нам удалось достичь поставленной цели. Экспозицию «Ивановская марка» посетили свыше 2,5 тыс. человек. Среди них, естественно, были наши постоянные клиенты, но оказалось достаточно много гостей, которые еще с нами не работали. Благодаря представительной команде специалистов, трудившихся на стенде, с каждым посетителем удалось обстоятельно пообщаться. Непосредственно на выставке и в течение недели после ее завершения мы заключили договоры на поставку 18 единиц крановой и уплотнительной техники.

ля или нового партнера. Вся экспозиция выставки «СТТ-2012» будет разделена на секции, посвященные отдельным областям дорожно-транспортного строительства. Это будут дорожно-строительные комплексы, машины и механизмы, инструменты, вспомогательное и ремонтное оборудование, оборудование для разрушения и сноса, аренда и лизинг строительной техники и многое другое.

На стендах и открытых выставочных площадках будет выставлена техника всемирно известных марок: Liebherr, Hitachi, Volvo, JCB, Wirtgen, Bomag, Doosan, John Deere, Komatsu, Hyundai и др. Будет что показать и россий-

ским производителям, таким как «Автокран» (Иваново), МК «Кранекс» (Иваново), заводу «Стройдормаш» (Алапаевск), компаниям «Клинцовский автокранный завод» и «Галичевский автокранный завод», группе компаний «ГАЗ» и «КамАЗ» и др. Количество участников «СТТ-2012» увеличится почти на 15% по сравнению с предыдущим годом и составит 790 компаний. Выставочная площадь возрастет на 10% и достигнет 116 тыс. кв. м. Свои новейшие разработки и самые актуальные технологические решения представят компании на национальных экспозициях Германии, Италии, Испании, Франции. Крупные объе-

диненные экспозиции будут у КНР, Республики Корея и Финляндии.

Сегодня выставка «СТТ» является крупнейшей в мире среди ежегодных выставок строительной тематики. Ее традиционно отличают самый широкий охват всех компаний, связанных с дорожным строительством, обширная деловая программа и широкие возможности для ведения переговоров. Все это просто необходимо современной отрасли дорожного строительства, которая нуждается в разработке, внедрении и использовании новых, современных, мировых технологий.

**Елена КРЕМЕНЕЦКАЯ**

# ЭСТЕТИКА

В наши дни, когда за стремительное развитие новых технологий приходится расплачиваться ухудшением экологической обстановки, а основным фактором городской жизни становится стресс, очень важно сохранять связь с природой, стремясь к максимальной натуральности и естественности. Одним из таких способов является использование природного камня. Как применять камень в архитектуре, оформлении жилого помещения, в ландшафтном дизайне, где приобрести качественный материал, можно будет узнать на Международной выставке «Экспокамень».

Самая представительная в России и одна из крупнейших в мире экспозиция в области добычи, обработки и применения натурального камня – 13-я международная выставка «Экспокамень» – пройдет в МВЦ «Крокус Экспо» с 19 по 22 июня нынешнего года.

В выставке примут участие страны, где традиционно добывается и широко используется природный камень, большие коллективные экспозиции представят Италия, Индия, Китай.

В России камень имеет особое значение. Отделочного камня здесь не так много, как, например, в Армении или Италии. Крупные месторождения удалены от больших городов, и вполне утилитарный в других местностях материал в России неизменно приобретает характерный флер имперского пафоса. Камень задает в российских городах иерархию городского пространства, постепенно растворяясь в кирпиче и бетоне по мере удаления от центра. Например, гуляя по Петербургу, изначально наделенному имперскими функциями, ощущаешь себя в городе камня. Крупнейшие в мире монолиты были использованы для величественных колоннад Исаакиевского собора, главную площадь украшает каменный Александрийский столп. Сегодняшний облик Москвы тоже приобрел много символических черт, когда

в каменной отделке главных магистралей была реализована философия сталинской архитектуры. Все, что находится в поле зрения человека, на высоте до 3–4 м, украсилось цоколями «колотоного» тяжелого камня как олицетворение незыблемости и грандиозности советского строя.

Наверное, среди участников выставки найдутся специалисты, которые с содроганием вспоминают хрущевскую «борьбу с излишествами», когда уникальные месторождения изумительного по красоте природного камня взрывались для производства строительного щебня. Ущерб, нанесенный отрасли тогда, до сих пор оценивается как невосполнимый. Следующий спад в камнеобрабатывающей промышленности пришелся на начало 90-х.

Зато сейчас отрасль на подъеме. Строительство новых станций метро, восстановление Храма Христа Спасителя, реставрация Большого театра, строительство дворцов на Рублево-Успенском шоссе и на Черноморском побережье потребовали внедрения новых технологий, привлекли серьезные инвестиции в сферу добычи и обработки натурального камня. В результате потребление камня растет на 4–5% каждый год. По сравнению с ситуацией во многих европейских странах, перспективы для потребления декоративного камня в

# КАМНЯ

России в настоящее время более благоприятные.

Такие разделы выставки, как «Технология разработки месторождений», «Блочное сырье», «Оборудование для добычи и переработки природного камня», «Природный камень в архитектуре и городском строительстве», «Реставрационные работы», продемонстрируют посетителям выставки все новейшие разработки в этой области.

К сожалению, отечественных новинок на выставке будет представлено меньше, чем зарубежных. Камнеобрабатывающая отрасль России вносит всего 1% в общемировое производство гранита и мрамора. Если Италия поставляет на рынок 50 млн кв. м продукции из камня в год, то Россия – только 0,7–0,8 млн кв. м. Между тем наши потенциальные возможности намного больше. Российские недра не оскудели, но, по словам специалистов, разработка карьера стоит минимум 1 млн долл. Поэтому сейчас отечественные предприятия, не имеющие соответствующих финансовых возможностей, испытывают сырьевой голод. Приходится закупать сырье за границей.

Что касается сбыта продукции камнеобработки, то в настоящее время на российском рынке действуют два типа потребителей. Первые – это большие государственные организации, мо-

нополисты типа ОАО «РЖД», РАО «Газпром» и их региональные филиалы, а также областные и городские администрации, крупные торговые компании, камнеобрабатывающие заводы и производители памятников, которые покупают блоки непосредственно на карьерах.

Вторые – это частные лица, которые делают покупки для отделки своих квартир, коттеджей или для работ по реконструкции, владельцы маленьких строительных фирм, которые выполняют строительные и ремонтные работы, частные архитекторы и дизайнеры. В настоящее время соотношение между крупными коммерческими и частными потребителями на рынке составляет примерно 60/40. Эксперты прогнозируют, что в дальнейшем рынок будет расти главным образом за счет увеличения числа средних и крупных частных потребителей камня. Только в Москве запланировано строительство большого количества новых объектов – около 60 высотных зданий, реконструкция стадиона «Динамо», подземные торговые комплексы и др. Общий объем необходимого для этих целей камня оценивается в 1,5 млн кв. м. Ожидается, что потребление камня в других крупных российских городах также будет расти.

**Ирина КОНДРАШОВА**



Самой настоящей выставкой камня и камнеобработки можно считать станции и переходы Московского метро. Здесь представлены красивейшие типы горных пород и минералов более 100 месторождений из стран бывшего СССР, Италии, Индии, Китая, Турции. Благодаря колоссальным площадям, отделанным самыми разнообразными сортами мрамора, метро давно превратилось в огромный палеонтологический музей. В стенах станций и переходов порой видны следы целых окаменевших экосистем, коралловых рифов и их обитателей, зарослей губок и множества самых разнообразных древних моллюсков и морских животных. В Московском метро можно проводить настоящие палеонтологические экскурсии. А окаменелости редкого типа, которые встречаются в облицовке станций «Библиотека имени Ленина», «Комсомольская-радиальная» и «Парк культуры», случалось, даже проливали свет на некоторые загадки, интересовавшие ученых-палеонтологов.

# «СОКОЛЬНИКИ» ПОМОГАЮТ ВЫСТАВКАМ РАСТИ

Конгрессно-выставочный центр «Сокольники» совсем недавно поменял вектор своего развития, став современной площадкой с развитой инфраструктурой. Этого не могли не заметить крупные организаторы выставочных мероприятий.

В последнее время возник пул партнеров, которые стали регулярно проводить в Сокольниках свои выставки. Прежде всего, речь идет о выставочной компании Moskau Messe, ставшей в прошлом году генеральным партнером Конгрессно-выставочного центра «Сокольники». Компания известна своими амбициозными проектами, среди которых Российский образовательный форум, конная выставка «Эквирос», Международная выставка каллиграфии и многие другие. По информации Moskau Messe, с тех пор как в КВЦ «Сокольники» соорудили новые выставочные павильоны, благоустроили территорию и улучшили сервис, приток посетителей выставок заметно увеличился. К примеру, в 2010 г. Moskau Messe запустила новый выставочный проект «WAN Экспо/Фестиваль беременных+Фестиваль младенцев». И если первую выставку посетили 3575 человек, то весной 2011 г. количество зарегистрированных посетителей достигло 5324 человек, а осенью 2011 г. – 8093 человек. Брутто-площадь выставки также растет – от 500 кв. м в 2010 г. до 1500 кв. м осенью 2011 г. Если изначально в проекте принимали участие всего 36 компаний, то в последнем фестивале – уже 100. Таким образом, локальный проект, рассчитанный на окружной формат, за два года стал городским мероприятием и заручился поддержкой Правительства Москвы. Кроме того, интерес к нему стали проявлять крупнейшие фармацевтические компании и производители товаров для беременных и детей.

Еще один молодой проект компании Moskau Messe – Caravanex, касающийся сферы автомобильного туризма. Он объединяет свыше 50 компаний из России, стран Восточной и Западной Европы, представляющих автодома, караваны, кемпинги, туристические услуги и многое другое. За два года площадь

выставки увеличилась вдвое, а количество участников – почти втрое.

Наверное, самый громкий проект компании Moskau Messe – это Международная выставка каллиграфии, соорганизатором которой выступает Современный музей каллиграфии. За месяц работы экспозиции в Москве ее посетили более 30 тыс. человек, что для выставки в сфере культуры является отличным показателем. На конкурсе Exhibition News Awards в Лондоне Международная выставка каллиграфии вошла в тройку финалистов среди лучших выставочных проектов Европы. Одной из главных составляющих успеха стала развитая инфраструктура КВЦ «Сокольники», а также новый мобильный павильон, привезенный из Германии специально для проведения проекта.

Основное отличие КВЦ «Сокольники» от других площадок состоит в том, что главное внимание уделяется уникальным по своей тематике проектам.

Помимо Moskau Messe есть еще несколько компаний, которые проводят свои выставки в КВЦ «Сокольники» на постоянной основе. Это, например, Международная выставочная компания MVK, входящая в состав ITE Group. Она уже не первый год реализует в центре свои интересные и уникальные проекты.

В 2012 г. в КВЦ «Сокольники» пройдет еще ряд необычных проектов: Международный фестиваль доступных и элитарных видов экстремального спорта, отдыха и туризма EXTREMEX, Чемпионат Москвы по парикмахерскому искусству, Международная выставка «Реабилитация. Доступная среда», Фестиваль чешской национальной кухни, День фотографа, выставки «Английский язык как второй» и «Образование в США», а также много других.





# 8-я международная выставка **ИНТЕРАВТО**

28-31 августа 2012 года  
МВЦ «Крокус Экспо»

СЕРВИС

ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ

КОМПОНЕНТЫ

ХИМИЯ

ОБОРУДОВАНИЕ

ЭЛЕКТРОНИКА

АКСЕССУАРЫ

БЕЗОПАСНОСТЬ

СЕРВИС  
ОБОРУДОВАНИЕ  
АКСЕССУАРЫ  
БЕЗОПАСНОСТЬ

# АВТО

КОМПОНЕНТЫ  
ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ  
ЭЛЕКТРОНИКА  
ХИМИЯ

КОМПОНЕНТЫ

ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ

БЕЗОПАСНОСТЬ

ЭЛЕКТРОНИКА

АКСЕССУАРЫ

ХИМИЯ

СЕРВИС

ОБОРУДОВАНИЕ

МВЦ «Крокус Экспо»:

65 - 66 км МКАД (пересечение МКАД и Волоколамского шоссе), станция метро «Мякинино»

Тел.: +7 (495) 727-2631, [www.interauto-expo.ru](http://www.interauto-expo.ru)

Организатор:



Генеральные  
информационные партнеры:



**Зарулем**

Генеральный  
интернет-партнер:



Информационный партнер  
МВЦ «Крокус Экспо»:



# HELIRUSSIA

Пятая международная выставка вертолетной индустрии HeliRussia–2012 состоится в МВЦ «Крокус Экспо» с 17 по 19 мая. HeliRussia – единственная выставка в России, где российские и зарубежные компании представляют мировые достижения всего спектра продукции и услуг вертолетной индустрии – от проектирования и производства до эксплуатации.

Уже сегодня можно с уверенностью сказать, что секрет популярности HeliRussia основан на колоссальной заинтересованности государства и частных инвесторов в этой отрасли. Рынок вертолетостроения растет, производитель и покупатель, встречаясь на выставке лично, имеют возможность рассмотреть товар, обговорить все нюансы сотрудничества и заключить сделку на самых выгодных условиях. Такие встречи с зарубежными коллегами и партнерами для российских производителей стали сегодня насущной потребностью. Без модернизации российского военного, а особенно гражданского, вертолетного парка дальнейшее развитие отрасли невозможно.

Для того чтобы интерес со стороны иностранных коллег не угас,

государство и частные инвесторы делают все возможное. Российская вертолетостроительная отрасль является одной из немногих отраслей отечественного машиностроения, которая находится в постоянном поступательном развитии, хотя постепенное восстановление отрасли осуществляется все еще в основном за счет производства военных моделей. В 2004 г. было произведено 85, в 2007 г. – 120, в 2009 г. – 183, в 2010 г. – 216 военных и гражданских вертолетов. Министерство обороны рассчитывает довести ежегодный выпуск к 2015 г. до 450–500 машин в год. Хотя и этого недостаточно, чтобы удовлетворить растущую потребность в летной технике. Спрос на отечественные модели гражданских и военных вертолетов велик как внутри страны, так и за ру-



### Стив БУЛЛ, директор по продажам в европейском регионе компании H+S Aviation Ltd.:

– Для компании H+S Aviation Ltd. выставка HeliRussia – возможность серьезно изучить потенциал вертолетной индустрии России. Мы заинтересованы в том, чтобы расширять свой бизнес, но для этого необходимо, чтобы на российском рынке появились новые, более современные, модели гражданских вертолетов.



### Тим МАХОНИ, президент компании Honeywell Aerospace:

– В современных экономических условиях функции вертолетов зачастую уникальны – они выполняют огромное количество работ: от изыскания источников энергии, поддержания правопорядка, строительства, оказания срочной медицинской помощи до операций по оказанию гуманитарной помощи и миротворческой деятельности. Российский рынок нуждается в вертолетах для осуществления таких задач внутри страны и за ее пределами.



# набирает обороты

бежом. Вертолеты – одна из немногих продукций российского машиностроения, которая эксплуатируется сегодня более чем в 70 странах мира, в том числе в Индии, Китае, Бразилии, Колумбии, Мексике, Ливии, Судане, Египте, Эфиопии и Азербайджане.

Предстоящая выставка Heli-Russia-2012 будет содействовать укреплению инновационного потенциала отечественного вертолетостроения, развитию кооперационных связей и продвижению продукции российских производителей на международный рынок. Для эффективного общения участников и го-

стей выставки ожидает плотная деловая программа. Они смогут принять участие в межведомственной научно-практической конференции «Санитарная авиация России и медицинская эвакуация», 4-й международной конференции «Рынок вертолетов: реалии и перспективы», заседании «круглого стола» «Россия 2050+: диалоги науки и бизнеса» и других конгрессных мероприятиях. Кроме того, серьезный упор организаторы сделали на стендовые презентации именитых экспонентов. Свои новинки покажут: компания Sikorsky Aircraft – знаменитое



## Будущие проекты мировых лидеров вертолетостроения

Проект вертолета	Компания-разработчик	Характеристики
<b>S-97 Raider</b> (военный)	Sikorsky Aircraft (США)	Разрабатывается на базе вертолетов Sikorsky X2, способен достигать скорость 500 км/ч.
<b>Eurocopter X4</b> (военный)	Eurocopter (Европа)	Разрабатывается на базе модели AS365 Dauphin и Eurocopter X3. Машина будет обладать способностью выполнять развороты с креном 60° и достигать высоты 3810 м. В апреле 2011 г. французское правительство выделило 550 млн евро на реализацию проекта.
<b>Ка-92</b> (военный)	Конструкторское бюро им. Камова (РФ)	В горизонтальном полете сможет развивать скорость до 500 км/ч и преодолевать расстояние до 1,4 тыс. км с 30 пассажирами на борту.
<b>BA609</b> (гражданский)	Bell Helicopter (США) совместно с AgustaWestland (Италия)	При максимальном взлетном весе машины 7,6 тыс. кг и дальности полета 1,3 тыс. км вертолет сможет развивать крейсерскую скорость до 510 км/ч.
<b>АС313</b> (гражданский, транспортный)	AVIC (КНР)	Вертолет весом 12,5 т сможет нести до 27 пассажиров и будет обладать перегоночной дальностью около 1040 км.
<b>AW169</b> (гражданский, для использования органами правопорядка, аварийно-спасательными службами и предоставления экстренной медицинской помощи)	AgustaWestland (Италия)	Создается на базе модели AW139. Вертолет сможет перевозить до 10 человек, будет оснащен системой FADEC (электронно-цифровая система управления двигателем) и системой предупреждения о столкновении с землей.
<b>Ми-38</b> (гражданский, пассажирский)	Вертолетный завод им. М. Л. Миля (РФ)	Операционная дальность машины составит 890 км, крейсерская скорость – 275 км/ч, максимальная высота полета – 5 тыс. м. Вертолет сможет перевозить до 5 т груза в кабине или около 7 т на внешней подвеске.
<b>Ми-34С2 «Сапсан»</b> (гражданский, легкий)	Вертолетный завод им. М. Л. Миля (РФ)	Расчетная крейсерская скорость машины составит 222 км/ч, дальность – 850 км, потолок – до 4,3 тыс. м. Заявленный максимальный взлетный вес – 1450 кг.

### 3 Выставки и рынки

Секрет популярности HeliRussia основан на заинтересованности государства и частных инвесторов в вертолетостроении.



американское конструкторское бюро, разработчик вертолетов Sikorsky X2, Black Hawk и Sea Hawk; европейская группа компаний Eurocopter – создатель линейки вертолетов Eurocopter, в том числе новой модели скоростного вертолета Eurocopter X3, американская компания Bell Helicopter Textron – дилер линейки гражданских вертолетов Bell.

HeliRussia–2012 не только позволит показать достижения отечественного вертолетостроения, но и привлечет на российский рынок частные инвестиции, необходимые для развития и укрепления отрасли.

Надежда КАЛМЫЧКОВА

A close-up photograph of a plate of sushi. The plate contains several pieces of nigiri and maki. One piece of nigiri is topped with salmon and a green garnish. Another piece is topped with salmon and a red garnish. A maki roll is topped with salmon and a red garnish. The background is blurred, showing more sushi and a person's hand.

суши бар

# ЭДОКО

Доступно  
Вкусно  
По-японски

**764 67 00 ДОСТАВКА СУШИ КРУГЛОСУТОЧНО**  
24 км МКАД, ТРК Vegas, +7 495 984 6588 | Lotte Plaza, Новинский бул., 8, +7 495 783 1816  
[www.edoko.ru](http://www.edoko.ru) | Edoko Edoko\_rest



## Авиация, космос

Выставка, организатор	Время проведения	Место проведения	Контакты
<b>TOULOUSE SPACE SHOW</b> abe (BCI)	25–28.06.12	Франция Тулуза	www.advbe.com; info@advbe.com тел. +33 (0)1 41 86 4170; факс +33 (0)1 46 04 5761
<b>FARNBOROUGH</b> SBAC	9–15.07.12	Великобритания Фарнборо	www.sbac.co.uk; post@sbac.co.uk тел. +44 (0)20 7227 1000; факс +44 (0)20 7227 1067
<b>AVIATION OUTLOOK AFRICA</b> Terrapinn Pte Ltd.	23–26.07.12	ЮАР Йоханнесбург	www.terrapinn.com; enquiry.au@terrapinn.com тел. +61 2 9005 0700; факс +61 2 9281 3950
<b>ILA</b> Messe Berlin GmbH	11–16.09.12	Германия Берлин	www.messe-berlin.com; central@messe-berlin.de тел. +49 (0)30 3038 0; факс +49 (0)30 3038 2325
<b>BENGALURU SPACE EXPO</b> ISRO	12–15.09.12	Индия Бангалор	www.isro.gov.in; krunal@isro.gov.in тел. +91 80 2341 5275; факс +91 80 2351 1984
<b>WORLD LOW COST AIRLINES CONGRESS</b> Terrapinn Pte Ltd.	17–19.09.12	Великобритания Лондон	www.terrapinn.com; enquiry.au@terrapinn.com тел. +61 2 9005 0700; факс +61 2 9281 3950
<b>AFRICA AEROSPACE &amp; DEFENCE</b> Africa Aerospace & Defence	19–23.09.12	ЮАР Претория	info@aadexpo.co.za тел./факс +27 (0) 84 840 3215
<b>AEROSPACE MEETINGS TUNISIE</b> abe (BCI)	24–26.09.12	Тунис Тунис	www.advbe.com; info@advbe.com тел. +33 (0)1 41 86 41 79; факс +33 (0)1 46 04 57 61
<b>AIRCRAFT INTERIORS AMERICAS</b> Reed Exhibitions USA	25–27.09.12	США Сиэтл	www.reedexpo.com; inquiry@reedexpo.com тел. +1 (203) 840 4800; факс +1 (203) 840 5805
<b>CIAIE</b> Grace Fair International Ltd.	26–28.09.12	Китай Шанхай	www.gracefair.com; info@gracefair.com тел. +86 10 6439 0338; факс +86 10 6439 0339
<b>JET EXPO 2012</b> Jet Expo	27–29.09.12	Россия Москва	www.jetexpo.ru; info@jetexpo.ru тел. +7 495 739 5522; факс +7 495 690 1615
<b>AEROSPACE MEETINGS GUADALAJARA</b> abe (BCI)	1–3.10.12	Мексика Гвадалахара	www.advbe.com; info@advbe.com тел. +33 (0)1 4186 4179; факс +33 (0)1 4604 5761
<b>AVIATION OUTLOOK ASIA</b> Terrapinn Pte Ltd.	17–19.10.12	Сингапур	www.terrapinn.com; enquiry.sg@terrapinn.com тел. +65 6222 8550; факс +65 6226 3264
<b>NBAA CONVENTION</b> NBAA	30.10 – 1.11.12	США Орlando	www.nbaa.org; info@nbaa.org тел. +1 (202) 783 9000; факс +1 (202) 331 8364
<b>AIRTEC</b> Messe Frankfurt GmbH	6–8.11.12	Германия Франкфурт-на-Майне	www.messefrankfurt.com; info@messefrankfurt.com тел. +49 69 7575 0; факс +49 69 7575 6433
<b>DUBAI HELISHOW</b> The Domus Group	6–8.11.12	ОАЭ Дубай	www.dubaihelishow.com; info@domusgroup.ae тел. +971 4 328 5666; факс +971 4 328 5777
<b>INDO AEROSPACE EXPO &amp; FORUM</b> PT. Napindo Media Ashatama	7–10.11.12	Индонезия Джакарта	www.napindo.com; info@napindo.com тел. +62 21 865 0962; факс +62 21 865 0963
<b>AERO ENGINEERING</b> Leading Edge Events & Media Ltd.	7–8.11.12	Великобритания Бирмингем	www.leadingedgeem.com; ian.stone@leadingedgeem.com тел. +44 (0) 208 783 2399; факс +44 (0) 790 857 6050
<b>MEBA</b> Fairs & Exhibitions UAE	11–13.12.12	ОАЭ Дубай	fairs-exhibs.com тел. +971 4286 7755; факс +971 4286 6166
<b>AERO INDIA</b> Defence Exhibition Organisation	6–11.02.13	Индия Бангалор	www.drdo.org; director@desidoc.drdo.in тел./факс +91 011 2390 2481 / 87
<b>HELI-EXPO</b> Helicopter Association International	4–7.03.12	США Лас-Вегас	www.rotor.com тел. +1 703 683 4646; факс +1 703 683 4745
<b>ASIAN AEROSPACE</b> Reed Exhibitions Singapore	19–21.03.13	Китай Гонконг	www.reedexpo.com.sg; ask@reedexpo.com.sg тел. +65 6789 8800; факс +65 6789 7711
<b>LAAD</b> Reed Exhibitions do Brasil Ltd.	9–12.04.13	Бразилия Рио-де-Жанейро	www.reedexpo.com.br; info@reedexpo.com.br тел. +55 (11) 5505 7272; факс +55 (11) 5505 7872
<b>AEROSPACE TESTING</b> Reed Exhibitions Deutschland GmbH	9–11.04.13	Германия Гамбург	www.reedexpo.de; info@reedexpo.de тел. +49 211 901 910; факс +49 211 901 911 23
<b>INTERNATIONAL PARIS AIR SHOW – LE BOURGET</b> Gifas	13–23.06.13	Франция Париж	www.gifas.asso.fr; siae@salon-du-bourget.fr тел. +33 (0) 826 465 265; факс +33 (0)1 47 20 00 86
<b>МАКС</b> ОАО «Авиасалон»	август 2013 г.	Россия Москва	www.airshow.com; maks@aviasalon.com тел. +7 (495) 787 6651; факс +7 (495) 787 6652
<b>HELITECH EUROPE</b> Reed Exhibitions Companies	24–26.09.13	Великобритания Даксфорд	www.reedexpo.com; rxinfo@reedexpo.co.uk тел. +44 20 8271 2134; факс +44 20 8910 7823
<b>SEOUL AIR SHOW</b> KAIA	22–27.10.13	Южная Корея Сеул	www.aerospace.or.kr; info@seoulairshow.com тел. +82 (0)2 761 1105; факс +82 (0)2 761 1544

# ДЕЛО СЕМЬИ

Среди многих тысяч марок пива, существующих в мире, Heineken – одна из самых известных, а компания Heineken Holding N.V. – едва ли не самая мощественная в отрасли.

Ежегодно 64 тыс. человек в 130 пивоварнях Heineken Holding N.V., расположенных в 65 странах, варят 121,8 млн гектолитров пива. И это далеко не вся продукция, которая сегодня выпускается этой компанией, занимающей второе место в отрасли. А зародилось это могущество на достаточно скромном основании – на чувстве патриотизма.

В 1854 г. двадцатидвухлетний отпрыск богатой голландской семьи Герард Адриан Хейнекен решил, что пора и ему что-то сделать для родной страны. Перебрав мучавшие ее проблемы, он остановился на алкоголизме. Но в отличие от других борцов с этим злом, Хейнекен, несмотря на свои юные

годы, понимал, что запретительные меры мало помогут. Надо было предложить людям нечто вкуснее скверного джина, без которого голландцы не мыслили себе жизни. «Выход – высококачественное пиво!» – объявил Герард не чаявшей в нем души матери. И мама купила ему пивоварню в Амстердаме.

Стартовые условия молодому человеку были созданы идеальные. Приобретенная пивоварня De Hooiberg, что переводится как «Сток сена», вела свою историю с 1582 г. и за три века обзавелась репутацией солидного предприятия, поставляющего на рынок отличный продукт. Однако молодой Хейнекен не был рабом авторитетов. Он что-то улучшил, что-то подправил – и дела пошли столь бойко, что старые служащие лишь руками разводили: откуда такая прыть? Через четыре года Герард набрал достаточно средств, чтобы построить новую, более мощную, пивоварню Vuitensingel на окраине Амстердама, а «Сток сена» он закрыл.

В 1869 г. Герард Хейнекен решается на смелый технологический эксперимент: он переводит свою пивоварню на баварский метод низового брожения. Эксперимент полностью удался. Напиток получился более чистым и светлым, к тому же он дольше хранился. А тут еще из-за Франко-прусской войны прекращаются поставки в Голландию популярного здесь баварского пива. Пиво Хейнекена шло у голландцев на ура. Продажи росли, и ремесленная мастерская все больше приобретала черты промышленного предприятия. В 1873 г. была зарегистрирована компания Heineken's Bierbrouwerij



# ХЕЙНЕКЕН



Heineken – самый крупный экспортер пива в мире.



Процесс варки пива рядового качества занимал обычно три дня, потом выдержка еще максимум неделю. Heineken же варил пиво 8 дней и выдерживал 6 недель.

Maatschappij N.V. Пиво теперь готовили круглогодично, поскольку стали пользоваться холодильными машинами, разработанными немецким ученым Карлом фон Линде. И еще одно нововведение – на роттердамской пивоварне была устроена лаборатория по контролю за качеством.

Возможно, именно этот удачный опыт сотрудничества с наукой подвигнул Герарда на мысль более активно использовать открытия ученых в промышленности. Он отлично понимал, что надо шагать в ногу с прогрессом, и пригласил в свою компанию доктора Элиона – ученика великого Луи Пастера. В течение 13 лет ученый искал особую форму дрожжей, которые придадут пиву неповторимый вкус и аромат, и добился блестящего результата, создав до сих пор используемые дрожжи Heineken-A.

К середине 1870-х годов молодой пивовар стал чувствовать себя настолько уверенно на голландском рынке, что начал подумывать об экспорте своей пенной продукции. И в 1876 г. он поставил первую партию пива во Францию.

Теплый прием был ему обеспечен: ведь годом ранее марка Heineken получила Золотую медаль на Международной выставке в Париже. В 1889-м ее престиж поднимается на небывалую высоту – отныне Heineken подается в ресторане Эйфелевой башни.

В 1893 г. Герард Адриан Хейнекен скончался. За 30 лет он создал самую крупную в Голландии пивоваренную компанию, которая ежегодно продавала 200 тыс. гл, то есть в 70 раз больше, чем средняя пивоварня.

Сын Герарда Хейнекена – Генри, получив образование химика, в 1914 г. возглавил компанию. И сразу же продемонстрировал неплохую хватку. Во время путешествия в Америку Генри познакомился на пароходе с Лео ван Манчингом, который служил стюардом. Лео настолько поразил Генри своими энциклопедическими знаниями марок пива, что тут же получил предложение стать импортером Heineken в США.

Выбор был отличным. До 1920-го, когда страна попала под действие «сухого закона», постав-



### 3 История успеха



Heineken стала первой в мире пивоваренной компанией, которая стала использовать в процессе производства лед и охлаждающие системы.



Альфред Хейнекен удостоился чести быть представленным в Музее восковых фигур Амстердама.

На Парижской выставке 1900 г. Heineken выстроил оригинальный павильон в форме логотипа компании – пятиконечной звезды. Хейнекен единственным из пивоваров был введен в состав жюри и судил о качестве пива других конкурсантов.

ки туда голландского пива из года в год росли. Столь же удачлив был Генри и в подборе других сотрудников. За несколько лет он сформировал сильную команду управленцев, благодаря которым компании удалось сравнительно безболезненно пережить годы войны и послевоенной депрессии. Более того, несмотря на экономические трудности, Генри Хейнекен смог модернизировать заводы, сделать системными научные исследования, которым он сам посвящал немало времени.

В итоге, когда США очнулись после продолжительной «засухи», Heineken в первых рядах поспешила на помощь истомившимся по живительной влаге американцам. Столь же активно компания действовала в Японии, Канаде и Австралии. Не забывала она и о других странах. В 1931-м Heineken создает совместное предприятие в Сингапуре. Затем в Индонезии. В 1949 г. открывает первый завод в Нигерии. А там приходит очередь и других африканских стран – ведь пиво с удовольствием пьют и бе-

лые колонизаторы, и угнетенные. А компания Heineken, стоявшая выше расовых предрассудков, наращивала мощь и увеличивала доходы.

Следует отметить, что заслуга в столь стремительной экспансии принадлежала сыну Генри – Альфреду, представителю третьего поколения пивоваров. Он прошел хорошую школу в Америке и вернулся с твердым убеждением, что ставку надо делать не на рестораны и бары, а на магазины, для чего две трети производимого пива стали разливать в бутылки. Розничную продажу подкрепили массивной рекламой по радио. Альфред организовал теннисный турнир «Heineken Open», джазовый пивной фестиваль и премиальный фонд концерна Heineken.

В 70-е годы прошлого века в деятельности компании все большее значение начинает получать такое направление, как производство вина, алкогольных и прохладительных напитков. В ассортименте Heineken появились PepsiCola и 7Up, Royal Club и Green



Новые фильмы об агенте 007 стали еще одной площадкой для размещения скрытой рекламы пива Heineken. Компания объявила о начале беспрецедентной глобальной маркетинговой кампании в поддержку нового фильма о Джеймсе Бонде «И небеса падут» (Skyfall). Это будет 23-я картина «бондианы» и 6-я подряд, в которой присутствует пиво Heineken. В кампании мирового продвижения «И небеса падут» от Heineken впервые будет участвовать исполнитель главной роли Даниел Крейг. Это позволит Heineken получить доступ к максимальному количеству зрителей в более чем 170 странах, в которых продается продукция бренда.



# Heineken



Вернувшись из Америки и набравшись новых идей, Альфред устроил в компании маленькую революцию – он начал рекламировать не только само пиво, но и бренд Heineken. Руководство фирмы в то время считало, что тратить деньги на рекламу – это непозволительная роскошь и вообще ерунда, т. к. хороший продукт и так продается. Альфред настоял на своем и в 1948 г. выпустил первую бутылку с узнаваемым брендом. Поскольку закупки продуктов считались в то время преимущественно женским делом, надо было именно их убедить покупать пиво Heineken. Так началась одна из самых продолжительных и успешных рекламных кампаний, сфокусированных не на самом продукте, а на его бренде.



Sands, безалкогольное пиво Amstel Brew. В 1971 г. Heineken купил завод Вокма по производству джина, а в 1972-м – сеть пивоварен во Франции.

Скупая акции, заключая договора и соглашения, Heineken завоевывала мировое пространство. По общему признанию, своим выходом в пятерку лидеров компания была обязана в первую очередь Альфреду Хейнекену, его неустанной работе по совершенствованию планирования и финансов, продвижению научных исследований, укреплению связей с общественностью. Он стал одним из авторов успеха Heineken, добываясь которого, дед создал всемирно известный бренд, отец выстроил систему управления, а внук вывел фирму на уровень международных корпораций.

Фактически после 1989 г., когда Альфред вышел на пенсию, семья Хейнекен устранилась от прямого управления компанией. Но не от контроля. Ей по-прежнему принадлежали 50% акций корпорации. Впрочем, особого вмешательства в дела и не требовалось: генеральная линия была жестко прописана тремя поколениями владельцев, и оставалось лишь выдерживать ее.

В новый, XXI, век корпорация вступила империей, «над которой никогда не заходит солнце». Ее бесчисленные предприятия и филиалы расположены на всех континентах, пиво, производимых ею марок продается во всех странах. В сферу внимания Heineken попала и Россия. Здесь корпора-

ции принадлежат десять заводов: в Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Башкирии, Новосибирске, Стерлитамаке, Екатеринбурге, Иркутске, Калининграде, Новотроицке и Хабаровске, которые производят такие марки, как «Берег Байкала», «ПИТ», «Золотое», «Жигулевское», «Крепкое», «Доктор Дизель», «Шихан», «Остмарк», «Патра», «Стрелец», «Оксское». И, конечно, Heineken, Amstel, Edelweiss, Guinness Original, Gosser, Buckler, Zlaty Bazant, Konigsberg. Общая мощность российских предприятий голландской компании – 14 млн гл пива в год.

Фамилия предприимчивых голландцев теперь красуется на вывеске ООО «Пивоварня Хейнекен» в Санкт-Петербурге и ООО «Сибирская пивоварня Хейнекен», которое выпускает марки «Русич», «Жигулевское», «Бочкарев», «Охота», «Три медведя». Не оставлены без внимания и другие постсоветские республики. У корпорации три завода на Украине, четыре – в странах Балтии, два – в Белоруссии и один – в Казахстане.

В общем, пиво производства Heineken ныне пьют повсюду и с каждым годом все больше. Вот только вопрос: насколько это мировое увлечение пивом соответствует замыслу борьбы с алкоголизмом, который когда-то начертал на своих знаменах основатель корпорации юный Герард Адриан Хейнекен? Впрочем, увлекись вся планета с той же страстью джином, было бы еще хуже.

**Андрей ВАСИЛЬЕВ**



В 1983 г. Альфред Хейнекен и его водитель были похищены злоумышленниками. За освобождение они потребовали 35 млн голландских гульденов (16 млн евро). После освобождения Хейнекена похитители пытались скрыться во Франции и Парагвае. Однако впоследствии все они были пойманы, выданы Нидерландам и получили тюремные сроки. Это преступление послужило основой для фильма, который вышел в прокат осенью 2011 г. Главную роль в нем сыграл известный актер Рутгер Хауер.

## ТРУДНАЯ ДОРОГА В ГОРУ

В последние годы выставочная индустрия, как и другие отрасли экономики, в полной мере испытала воздействие экономического кризиса. Сейчас выставочная активность возрождается, но выход из кризиса будет постепенным и длительным. Такой вывод следует из публикаций Всемирной ассоциации выставочной индустрии.

Всемирная ассоциация выставочной индустрии (UFI) опубликовала в конце 2011 г. результаты нескольких исследований, посвященных состоянию выставочной деятельности в мире (Global Exhibition Industry Statistics – Всемирная выставочная статистика и Global Exhibition Barometer – Динамика выставочной деятельности).

По данным этих обзоров можно сделать два основных вывода о состоянии выставочного сектора. Во-первых, он, как и вся мировая экономика, испытал на себе воздействие экономического кризиса. Во-вторых, выставочная активность возрождается, но выход из кризиса будет постепенным и длительным.

Согласно оценкам UFI, в 2010 г. в мире было проведено 30,7 тыс. выставок, на которых участники арендовали 103 млн кв. м экспозиционной площади (в расчет принимались выставки с площадью-нетто не менее 500 кв. м). В этих выставках приняли участие

2,8 млн компаний, а число посетителей составило 260 млн человек.

Суммарная площадь экспозиций в 2010 г. оказалась на 6% меньше, чем в докризисном 2008 г. При этом в Европе сокращение составило 10%, в Северной Америке – 7%. В отличие от этого, в странах Азиатско-Тихоокеанского региона суммарная площадь экспозиций увеличилась с 2008 по 2010 г. на 4%, что связано с ростом выставочной активности в Китае (на 6%) и в Бразилии (на 4%). На указанные три региона приходится 93% всей выставочной деятельности в мире.

Мировым лидером в проведении выставок остаются США, где площадь-нетто всех мероприятий в 2010 г. составила 23,3 млн кв. м. Это, правда, оказалось на 7% меньше, чем в 2008 г. В Китае общий размер всех экспозиций достиг 13 млн кв. м (второе место в мире), увеличившись на 6% в сравнении с 2008 г. В Германии суммарная площадь выставок в 2010 г. сократилась на 5%, но итоговые

### Арендованная выставочная площадь в мире

	2008 г.		2010 г.	
	Млн кв.м	Доля в мире, %	Млн кв. м	Доля в мире, %
<b>Европа</b>	53	49	47,7	47
<b>Америка</b>	28,3	26	26,3	26
<b>Азиатско-Тихоокеанский регион</b>	19,8	18	20,6	20
<b>Ближний Восток и Африка</b>	7,4	7	7,9	7

Источник: Global Exhibition Industry Statistics, UFI, December 2011.





В 2010 г. в мире было проведено 30,7 тыс. выставок, на которых участники арендовали 103 млн кв. м экспозиционной площади. В этих выставках приняли участие 2,8 млн компаний, а число посетителей составило 260 млн человек.

8,8 млн кв. м обеспечили ей третье место в мире. Общая чистая площадь выставок в России составила в 2010 г., по оценке UFI, порядка 2,6 млн кв. м, что на 13% меньше, чем в 2008 г.

Для определения общих тенденций и ситуации на рынке UFI провела опросы организаторов экспозиций. В них приняли участие 172 компании из 49 стран. Оценка делалась на основании изменения прибыльности работы компаний, что неразрывно связано с размером арендованной площади на выставках. По данным этих опросов, острая фаза кризиса и сокращение размера экспозиций остановились в конце 2009 г. С середины 2010 г. площади начали увеличиваться. Это отмечали порядка 65% опрошенных организаторов в Европе и

80% – в Америке и Азиатско-Тихоокеанском регионе.

В первой половине 2011 г. рост арендованной площади выставок продолжился, о чем заявляло примерно то же количество организаторов мероприятий. Во втором полугодии 2011 г. число позитивных ответов на вопрос о росте экспозиций уменьшилось (в Европе – до 60%, в Америке и Азиатско-Тихоокеанском регионе – до 70% и 75% соответственно).

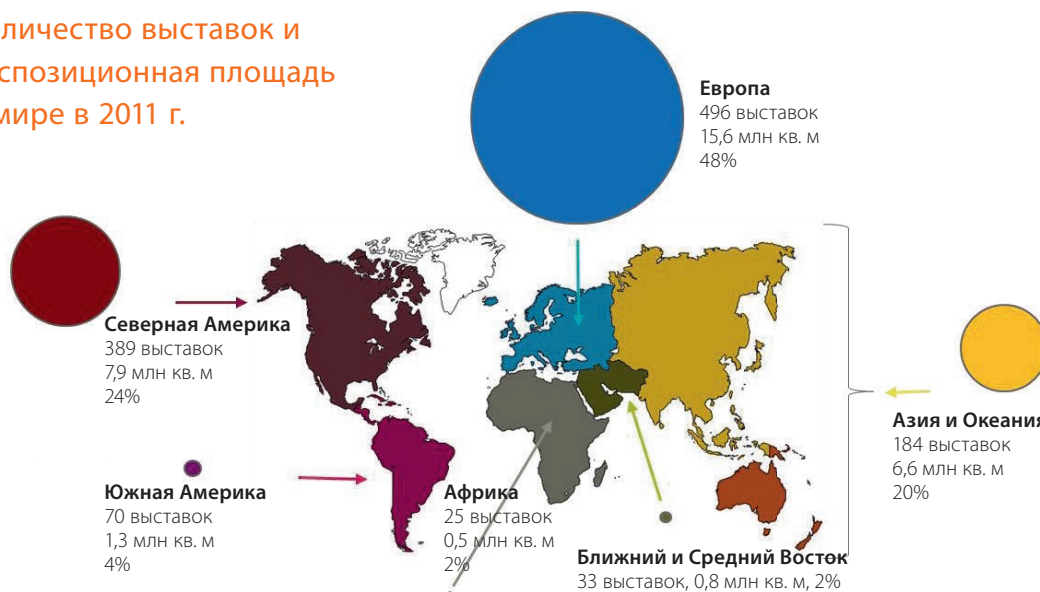
Оценки на 2012 г. свидетельствуют о заметном снижении оптимизма организаторов выставок в Европе, из которых только половина рассчитывают на рост арендованной площади экспозиций. В Америке и Азиатско-Тихоокеанском регионе таких примерно 65%. Сдержанные оценки перспектив роста экспозиций сви-

детельствуют о том, что выход из кризиса будет более медленным и длительным, чем представлялось ранее.

Такой же вывод можно сделать и из ответов на вопрос о том, закончилось ли воздействие кризиса на деятельность компаний. Если в середине 2011 г. на данный вопрос позитивно ответили более 65% организаторов из Азиатско-Тихоокеанского региона, 40% – из Европы и 35% – из Америки, то в конце 2011 г. оптимизм сохраняли 30% европейских респондентов и только 27% из Азиатско-Тихоокеанского региона.

Показательны также ответы организаторов выставок на вопрос о предполагаемом окончании влияния кризиса на выставочную сферу. В середине 2011 г. 63% ответов называли конец 2012 г., а в декабре 2011 г.

### Количество выставок и экспозиционная площадь в мире в 2011 г.



## Опрос UFI

Как изменится оборот компании в 2012 г. в сравнении с тем же периодом предыдущего года? (I полугодие/II полугодие, % опрошенных)

Ответ	Не знаю	Падение на 10%	Падение меньше 10%	Рост
Европа	4/0	0/0	29/33	67/67
Америка	8/11	8/8	29/31	55/50
Азиатско-Тихоокеанский регион	9/15	3/3	15/16	73/66
Ближний Восток и Африка	11/14	7/4	11/7	71/75

Предполагаемое окончание воздействия экономического кризиса (опрос в июне 2011 г./опрос в декабре 2011 г., % ответов)

2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
14/4	63/27	15/46	9/14	0/8

Важнейшие проблемы, влияющие на дальнейшее развитие выставочного бизнеса, % ответов

- Состояние внутренней или региональной экономики – 23
- Неопределенность в мировой экономике – 21
- Конкуренция в выставочном секторе – 19
- Внутренние управленческие проблемы – 18
- Проблемы внешнего воздействия (регулирование и т.п.) – 8
- Конкуренция с сопряженными секторами – 6
- Кооперация с другими секторами – 4
- Прочее – 1

Источник: Global Exhibition Industry Statistics, UFI, December 2011.

почти в половине ответов говорилось уже о конце 2013 г. Более того, 14% организаторов выставок высказали предположение, что воздействие кризиса закончится в конце 2014 г. и 8% – в конце 2015 г.

Ситуацию на выставочном рынке характеризуют ответы на вопрос о наиболее серьезных проблемах, мешающих развитию бизнеса. 23% опрошенных назвали состояние экономики в их стране или регионе, 21% – неопределенность в мировой экономике, 19% – конкуренцию на локальном рынке, 18% – внутренние управленческие проблемы.

Несмотря на это, большинство компаний продолжают строить планы на будущее. Так, 67% компаний сообщили о намерении расширить традиционную выставочную деятельность, 31% планируют развивать новые формы работы, 51% намерены расширить свою деятельность в сложившихся географических рамках, а 49% предполагают осваивать новые регионы и страны.

Общая чистая площадь выставок в России составила в 2010 г., по оценке UFI, около 2,6 млн кв. м, что на 13% меньше, чем в 2008 г.



ОТЕЛЬ ★★★  
**СОЮЗ**

Москва, ул. Левобережная д. 12  
Тел. (495) 956 2999, факс (499) 457 20 96  
Ст. м. «Речной вокзал»  
booking@soyuz.msk.ru  
www.soyuz.msk.ru



- ★ Удобно расположен от МВЦ «Крокус Экспо» и а/п «Шереметьево»
- ★ Трансферы до «Крокус Экспо», встречи -проводы в аэропортах, ж/д вокзалах.
- ★ 158 уютных номеров
- ★ Конференц-залы, переговорная комната
- ★ WI-FI, ресторан, 2 бара, сауна, салон красоты, массажный кабинет
- ★ Бесплатная парковка



**Русьинновация**  
www.rusinntorg.ru



Стенды Pop-up



Настольные буклеты, подставки под информацию



Мобильные стенды, промо-столы, штендеры и многое другое!



Настольные буклеты

тел.: (495) 287-47-43 • rusinntorg.ru  
Ул. Талалихина д. 41, стр. 26, офис 201



# **КРОКУС ЭКСПО** Международный выставочный центр

**Современный подход**  
к реализации бизнес-задач



**Новый уровень**  
Ваших возможностей

## **МВЦ «Крокус Экспо»**

3 павильона, 19 выставочных залов,  
более 155 выставок в год

## **Крокус Конгресс Холл**

49 конференц-залов

## **Концертный зал Крокус Сити Холл**

6200 мест

## **Гостиница «Аквариум Отель»**



# Китайская

Китайское «экономическое чудо» затронуло не только промышленность, но и выставочную сферу во всех ее аспектах: строятся новые выставочно-конгрессные центры, растут доходы городов и провинций, где есть такие центры. Успех отрасли – в большой степени результат грамотной государственной политики.

Развитие выставочно-конгрессной деятельности в Китае впечатляет. Здесь создана мощная материально-техническая база, производится выставочное оборудование, используются современные информационные и коммуникационные технологии. В Китае получила развитие выставочная наука, ведется подготовка кадров.

За последние 10 лет во многих городах построены и введены в эксплуатацию современные выставочные комплексы. В Пекине – это Новый международный выставочный центр (NCIEC) общей площадью

1,03 млн кв. м и Центр выставок и конференций (CNCC) на 23,6 тыс. кв. м.

Стремительное развитие Шанхая требует новых выставочных площадей – там открыт Шанхайский международный выставочный центр (SNIEC) площадью 250 тыс. кв. м и Центр выставок и конференций Shanghai Pudong Expo площадью 14,5 тыс. кв. м.

В Гуанчжоу гостей принимает Международный центр выставок и конференций (GICEC) площадью 700 тыс. кв. м, а в Харбине – Харбинский международный выставочно-конгрессный центр (HICEC) на 330 тыс. кв. м.



## НОВЫЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР NEW CHINA INTERNATIONAL EXHIBITION CENTER (NCIEC)

Быстрый экономический рост Китая, вступление страны в ВТО и невероятное развитие его выставочной индустрии стали объективными причинами, по которым возможности выставочного комплекса CIEC, являвшегося до недавнего времени самым крупным выставочным комплексом Пекина, стали ограничены. CIEC уже не мог полностью удовлетворить запросы по площади целого ряда выставочных форумов. Поэтому правительство КНР в 2003 г. приступило к строительству нового выставочного комплекса NCIEC в Пекине. К моменту его завершения общая площадь комплекса будет составлять 1,53 млн кв. м, в том числе 900 тыс. кв. м собственно выставочной площади и 630 тыс. кв. м – для инфраструктурных и сервисных нужд. Правительством КНР зарезервировано еще 700 тыс. кв. м земель рядом с NCIEC для возможного дальнейшего расширения проекта. После его окончательного завершения выставочный комплекс NCIEC станет крупнейшим комплексом в Азии.



# формула успеха

Даже в небольшом (около 100 тыс. жителей) приграничном с Россией городе Суйфэньхэ построен выставочный комплекс площадью 83 тыс. кв. м и пятизвездная гостиница.

Для развития выставочной индустрии в самых разных городах создаются условия наибольшего благоприятствования. Это и всесторонняя поддержка Народного правительства города, и высокая степень открытости и международного сотрудничества (реформа открытости в Китае), и богатые туристские ресурсы.

Наличие современного выставочного комплекса, его удобное с точки зрения транспортной инфраструктуры местонахождение, развитая система обслуживания – всё это привлекает в региональные центры как экспонентов, так и посетителей.

Один из ярких примеров – Харбинская международная торгово-экономическая ярмарка (ХМТЭЯ). За 20 лет ее существования совокупная сумма подписанных контрактов достигает 100 млрд долл.

В Декларации об углублении стратегического взаимодействия на международной арене, подписанной в июле 2005 г. Председателем КНР Ху Цзиньтао и Президентом РФ Владимиром Путиным, ХМТЭЯ была названа в качестве важного элемента такого взаимодействия. В документе сказано: «Успешное проведение ХМТЭЯ продвигает развитие экономики Дальнего Востока, Западной и Восточной Сибири РФ. А также играет важную роль в развитии экономики Северо-Восточного Китая».

Харбинская ярмарка занимает второе место по посещению россиянами после Кантонской экспортно-импортной ярмарки, проводимой в Гуанджоу.

Доля подписанных сделок на Кантонской ярмарке составляет 25% всего экспорта Китая. Кантонская ярмарка проводится дважды в год, в течение пяти дней. За время ее работы доход только у таксистов увеличивается по сравнению с обычными днями на 3 млн юаней, одновременно увеличивается спрос на услуги связи, гостиницы, за-



За последние 10 лет во многих городах построены и введены в эксплуатацию современные выставочные комплексы.



## ХАРБИНСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВЫСТАВОЧНО-КОНГРЕССНЫЙ ЦЕНТР HARBIN INTERNATIONAL CONFERENCE AND EXHIBITION CENTER (HICES)

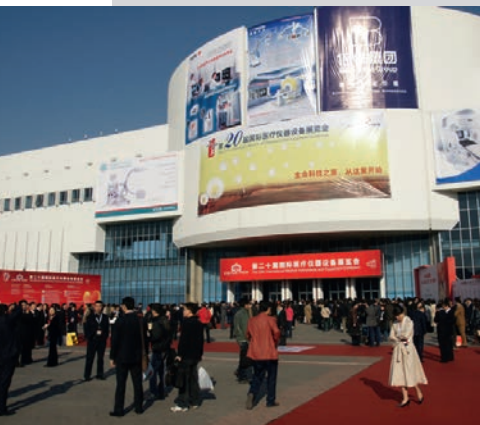
Построен в 2002–2003 гг. и расположен в северо-восточной части Харбинской экономической зоны. Комплекс занимает площадь 63 га. Его общая выставочная площадь составляет 330 тыс. кв. м. HICES состоит из выставочного центра, конференц-центра, гостиницы и спортивного комплекса. Это самое большое по площади выставочное сооружение на северо-востоке Китая и единственный в стране объект, который одновременно может функционировать как выставочный и спортивный комплексы.



## КИТАЙСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР

CHINA INTERNATIONAL EXHIBITION CENTER (CIEC)

До последнего времени был крупнейшим выставочным центром Пекина. Здесь проходят наиболее крупные международные и национальные выставки. В настоящее время в CIEC ежегодно проводятся более 120 международных выставок. Центр располагает 14 постоянными выставочными залами, залами для переговоров, местами для стоянок автомобилей, таможенным складом и пр.



метно растет оборот магазинов и ресторанов. Ведь Кантонская ярмарка дважды в год принимает более 100 тыс. иностранных гостей из более чем 170 стран. Заполнение гостиниц города в это время составляет более 95%.

Все эти результаты достигнуты благодаря целенаправленной государственной политике.

При проведении крупных международных статусных выставок, количество которых не так уж и велико, Народное правительство КНР осуществляет их планирование, финансирование и общую координацию, принимает активное участие в организации таких выставок, что ограничивает недобросовестную конкуренцию и способствует росту популярности этих мероприятий.

Так, разграничены и четко определены выставочные центры для проведения международных выставок, организатором которых выступает Народное правительство КНР. В частности, в г. Чангунь проводится автомобильная выставка, в Харбине – торгово-экономического сотрудничества Северо-Востока Китая с Россией и другими странами, в Шанхае – строительного оборудования, в Пекине – строительных материала-

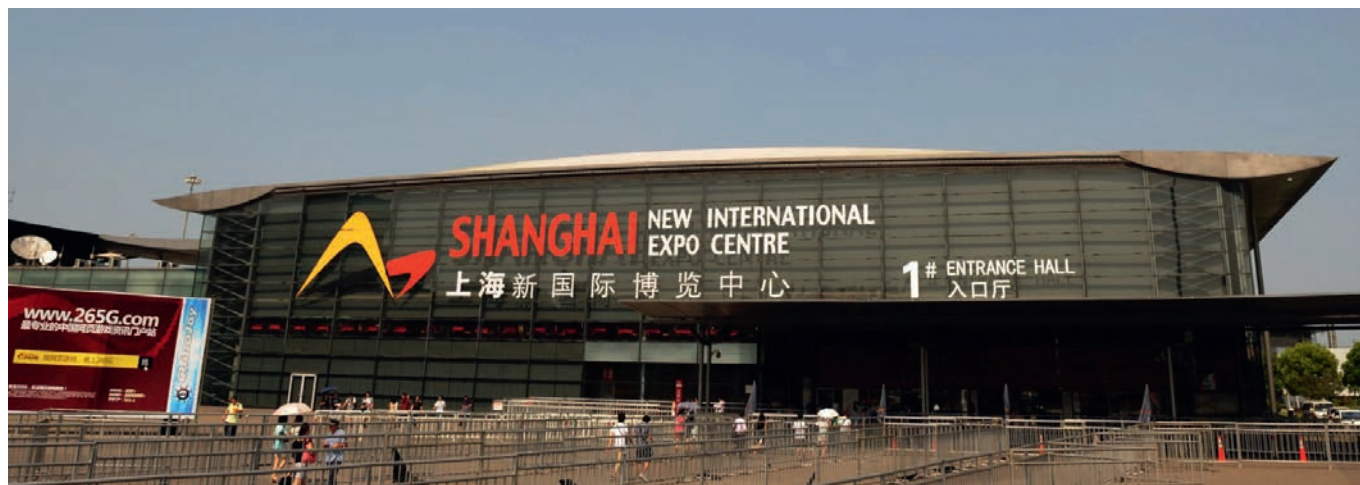
лов и чая, в Гуанчжоу – экспортно-импортных товаров, в г. Иу – товаров народного потребления.

Перед каждым центром четко поставлены цели и задачи, и они не перебегают дорогу друг другу. Эти выставки являются брендами городов и оказывают существенное влияние на модернизацию экономики города, провинций или всей страны.

Жёсткая координация, соответствующая финансовая политика – вот слагаемые успеха. Для проведения выставок как внутри страны, так и за рубежом выделяются огромные денежные средства.

До последнего времени сдерживающим фактором для активного участия китайских компаний в российских выставках являлось отсутствие в регионах больших выставочных площадок, китайцы считали неэффективным возить на российские выставки по 10–30 компаний.

В России за последние годы ситуация в регионах существенно изменилась, вводятся и уже функционируют новые выставочные комплексы (Новосибирск, Омск, Ростов-на-Дону), расширяются выставочные площади за счёт реконструкции (Новокузнецк) и за счёт мобильных выставочных павильонов (Барнаул) и др.



## ШАНХАЙСКИЙ НОВЫЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР

SHANGHAI NEW INTERNATIONAL EXPO CENTRE (SNIEC)

Ведущий экспоцентр Китая с самой современной организацией проведения выставок любого масштаба. Он расположен в деловом районе Шанхая – Пудунге, сердце китайского и азиатского бизнеса, и с момента открытия в ноябре 2001 г. сразу привлек к себе международное внимание. Благодаря доступному местонахождению, огромным инвестициям и качественной организации сервиса SNIEC показывает впечатляющий рост. Год от года в SNIEC проводится все больше выставок. Его ежегодно посещают более 2 млн гостей.



Сейчас можно предлагать и проводить в регионах национальные китайские выставки и отдельные отраслевые экспозиции (строительные материалы, оборудование, спецтехника, товары народного потребления, резинотехнические изделия, информационные технологии и др.).

Китайцам проще финансово запланировать и провести свою выставку в каком-то российском регионе, чем организовать коллективное участие китайских компаний в российских выставках, проводимых в регионах. Чтобы принять такую выставку, предложения китайской стороне необходимо направлять не менее чем за год и до принятия бюджетов, а это октябрь – ноябрь.

Однако в большинстве наших городов до сих пор нет специализированных выставочных комплексов. Проводятся практически одинаковые по тематике выставки, мало достоверной информации, что вызывает недоверие у китайской стороны и затрудняет им выбор той или иной экспозиции. И самое важное, на что обращают внимание китайцы, – это участие органов власти в организации предлагаемых выставок. Для того чтобы быть принятым, предложение для китайской стороны должно исходить от органов власти или от торгово-промышленных палат.

Поэтому еще два года назад китайская сторона предложила создать Российско-Китайский выставочно-конгрессный союз для планирования и координации проведения китайских выставок на территории России или совместных российско-китайских выставок как на территории Китая, так и России.

Однако дальше намерений, закреплённых на бумаге китайской и российской сторонами, этот проект не пошёл.

Причин этому было много как объективных, так и субъективных. Основная из них та, что с китайской стороны большинство участников проекта – это торгово-промышленные палаты городов и провинций КНР, а с российской стороны – выставочные компании, т. е. коммерческие структуры.

Развитие сотрудничества в выставочно-конгрессной деятельности между Китаем и регионами России очень перспективно, и в интересах обеих сторон ускорить процесс создания Российско-Китайского выставочно-конгрессного союза.

**Вера ЕРМИЛОВА,**  
генеральный директор  
ООО «Дальэкспоцентр»

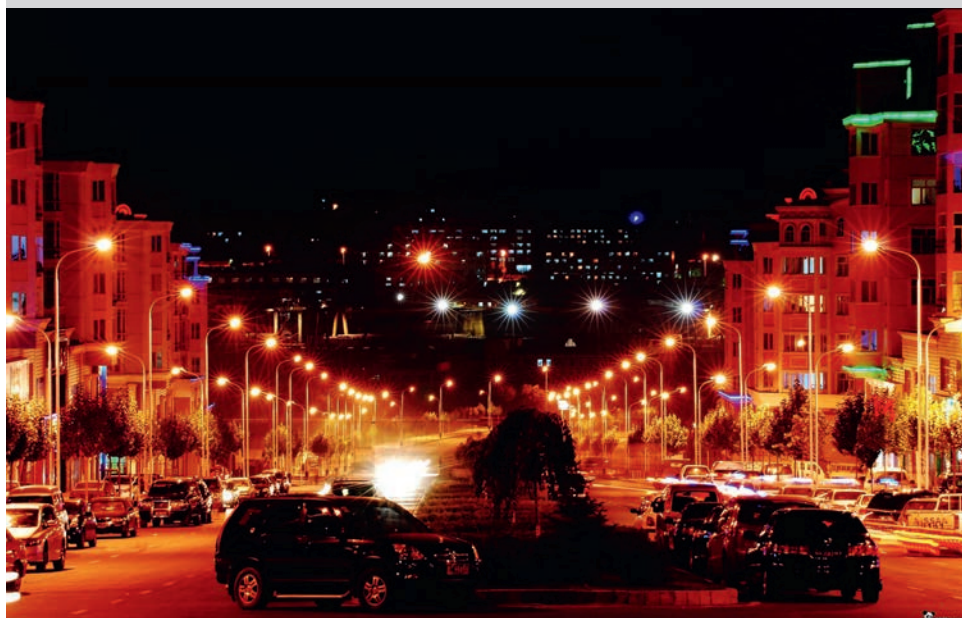


Для развития выставочной индустрии в самых разных городах создаются условия наибольшего благоприятствования.

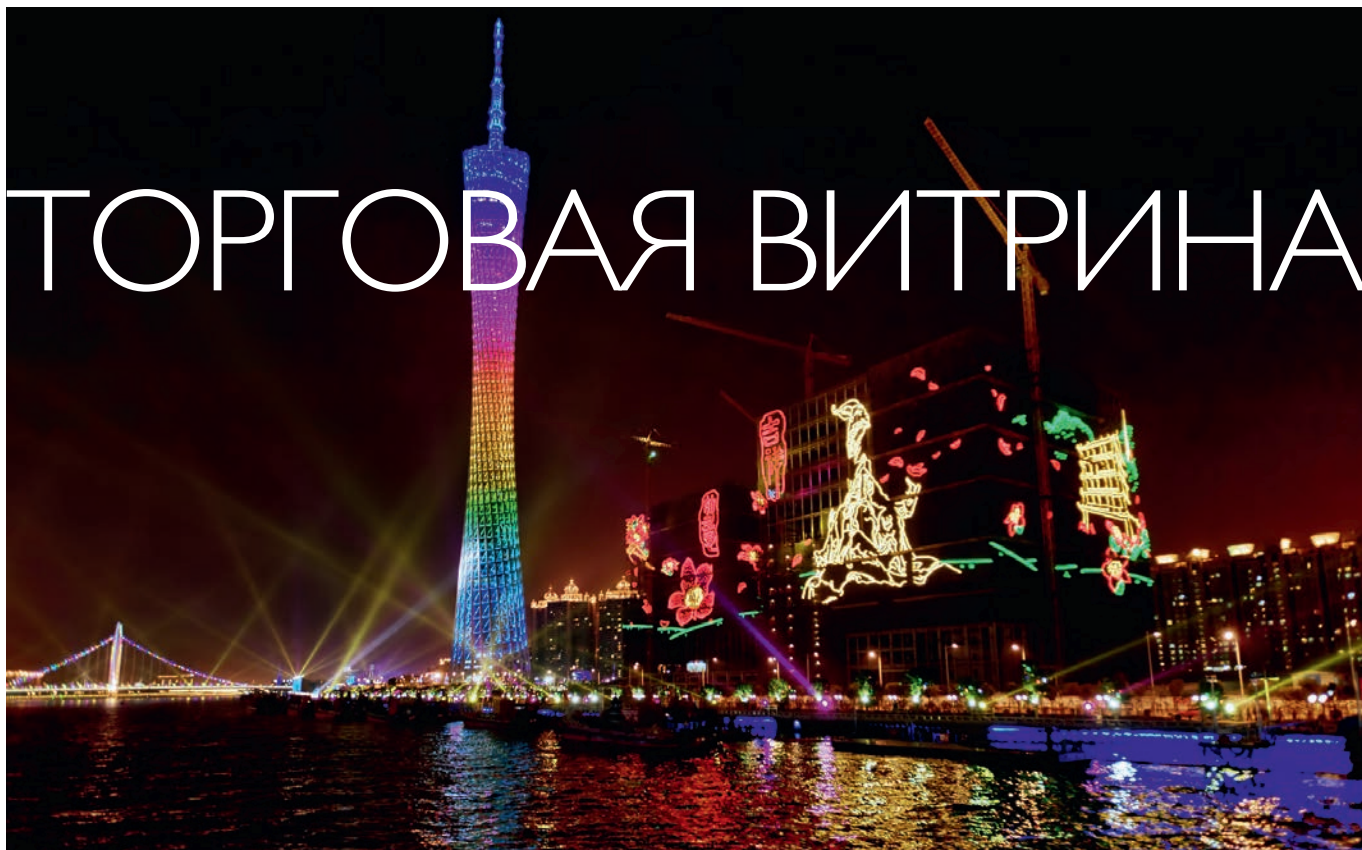
#### СУЙФЭНХЭ

Город Суйфэньхэ на границе с Россией еще пару десятилетий тому назад был захолустным провинциальным поселком и мало чем отличался от находящегося на другой стороне реки приморского поселка Пограничный. Развитие города началось в 90-х годах, когда правительство объявило Суйфэньхэ «экспериментальным районом приграничной торговли». За два десятилетия из одноэтажного поселка вырос многоэтажный город с выставочным центром и множеством гостиниц, ресторанов, торговых

центров. Суйфэньхэ поднялся на приграничной торговле с Россией, в частности на «челноках», которые в начале 90-х снабжали отсюда все российские рынки. Многочисленные магазины пестрят вывесками на русском языке, большинство продавцов владеют необходимым языковым минимумом, чтобы объясниться с покупателем. Сегодня в Суйфэньхэ торговля в большой степени цивилизовалась. В поселке Пограничный на российской стороне всё осталось по-прежнему.



# ТОРГОВАЯ ВИТРИНА



Каждый город Китая интересен по своему. Но Гуанчжоу, административный центр провинции Гуандун, – особенно. Не только его богатейшая, более чем двухтысячелетняя, история, но и сегодняшние события привлекают сюда миллионы коммерсантов, предпринимателей и просто туристов.

Раньше этот город на Жемчужной реке был известен под европейским названием Кантон. Оно сохранилось в названии Кантонской ярмарки (международная выставка китайских товаров) – одного из важнейших событий года в мире производства и торговли. Она проходит дважды в год в Международном выставочном центре Пачжоу.

Гуанчжоу расположен примерно в 120 км к северо-западу от Гонконга. Жемчужная река, на которой он стоит, соединяет город и порт с Южно-Китайским морем. На всем протяжении своей истории Гуанчжоу был открытым торговым городом. В эпоху правления династии Сун (960–1279 гг.) город стал промышленным центром юга Китая и остается им по сей день.

Гуанчжоу – один из 24 исторических городов Китая, возраст которых более 2 тысяч лет. Здесь начинался «морской шелковый путь», и в порту сохранилась старинная судоверфь, по которой видно, как было развито судостроение в Гуанчжоу в те далекие времена, когда город являлся

главным перевалочным пунктом на этом пути и корабли многих стран заходили сюда, чтобы забрать китайские товары и развезти их по всему миру.

Современное развитие Гуанчжоу началось после 1949 г., здесь была создана развитая индустриальная зона, начался бурный рост торговли. В этой «витрине китайского социализма» стали проводить торгово-промышленные выставки-ярмарки, на которых западные фирмы могли познакомиться с товарами КНР.

Сегодня это политический, экономический, научно-технический, образовательный, культурный и транспортный центр всего южного Китая. Гуанчжоу с населением свыше 14 млн человек является третьим по величине городом страны, уступая лишь Пекину и Шанхаю. Это и крупнейший промышленный регион Китая, всемирно известный центр легкой промышленности. В Гуанчжоу находятся около 100 оптовых рынков и сотни тысяч промышленных предприятий.

Именно на юге Китая проходит ежегодно огромное количество

# ПОДНЕБЕСНОЙ

всевозможных выставок, очень популярных у бизнесменов и специалистов со всего мира. А Гуанчжоу славится большим количеством отраслевых мероприятий. Для обслуживания выставочной индустрии здесь построено несколько современных выставочных комплексов.

Так, крупнейший из них – Международный центр выставок и конференций Гуанчжоу (GICEC), или, как его еще называют, комплекс Пачжоу, по имени острова, на котором он находится. По данным UFI, центр располагает экспозиционными площадями в 338 тыс. кв. м и является на текущий момент крупнейшим и самым современным выставочным комплексом в Азии. На первом и втором этажах располагаются 16 выставочных залов, каждый примерно по 10 тыс. кв. м.

Многофункциональный комплекс объединяет в себе выставочные, конференционные, конгрессные и переговорные функции. Современная архитектура, великолепный окружающий ландшафт оказывают благоприятное впечатление на всех гостей

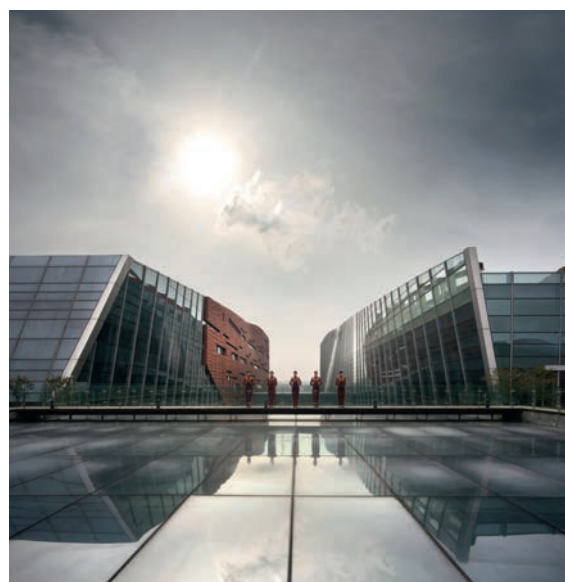
GICEC. Во время проведения выставок для коммерсантов и экспонентов открыты входы и выходы с южной и северной сторон выставочного комплекса.

Удобная планировка комплекса позволяет проводить здесь несколько разноплановых выставок одновременно. Благодаря вместимости залов комплекс идеально подходит для проведения выставок, требующих особых условий, например автомобилей, тяжелого оборудования, парусных яхт и лодок.

До комплекса легко добраться общественным транспортом: недалеко от входа расположена станция метро, рядом находятся остановки автобусов, стоянка такси.

Выставочный комплекс Люхуа (CECF Liuhua Complex), построенный в 1974 г., занимает площадь в 170 тыс. кв. м. До 2008 г. здесь проходила Кантонская ярмарка, но и после ее окончательного «переселения» в Пачжоу, в Люхуа ежегодно проводится от 80 до 100 выставок. Такие из них, как Китайская международная выставка мебели (China International Furniture

На юге Китая проходит большое количество выставок. Для обслуживания выставочной индустрии здесь построено несколько современных выставочных комплексов.



Крупнейший в Гуанджоу – Международный центр выставок и конференций (GICEC), или, как его еще называют, комплекс Пачжоу.

На всем протяжении своей истории Гуанчжоу был открытым торговым городом.



## 3 Выставочные и конгрессные центры

Fair), Гуандунская выставка косметики (Guangdong Beauty and Cosmetic Expo), Выставка обуви и кожи (Shoes and Leather Exhibition), Китайская международная ярмарка строительства и декорирования (China International Building and Decoration Fair), Международная автомобильная выставка в Гуанчжоу (Guangzhou International Automobile Exhibition), известны во всём мире.

В выставочный комплекс Люхуа инвестируются большие денежные средства для улучшения и модернизации помещения, оборудования и средств обслуживания. Расположенный в центре города, комплекс очень удобен для посещения. Он состоит из 10 выставочных павильонов, которые оснащены всем необходимым оборудованием и системами для проведения национальных и международных форумов, конференций, ярмарок, семинаров, корпоративных и культурных мероприятий. Здесь также есть 6 VIP-залов (переговорных комнат), декорированных в китайском национальном стиле. Главный вход в выставочный комплекс расположен в первом павильоне, общая

площадь центрального холла составляет 1260 кв. м.

Выставочный центр Цзиньхан (Jinhan Exhibition Center) находится в самом центре Гуанчжоу, неподалеку от выставочного комплекса Люхуа. Он состоит из двух выставочных залов площадью около 18 тыс кв. м каждый. Также в комплексе Цзиньхан имеются многофункциональный конференц-зал, бизнес-центр, кафе, комнаты для переговоров и отдыха. В непосредственной близости находятся два пятизвездных отеля: China Hotel и Dong Fang Hotel.

Выставочный центр Шунде (Shunde Exhibition Centre) был открыт сравнительно недавно, в 2001 г. Его общая выставочная площадь невелика – всего 11,5 тыс. кв.м, позволяющая разместить 630 стендов, по 9 кв. м каждый. Несмотря на небольшие размеры, международный выставочный центр Шунде был построен в соответствии с самыми высокими архитектурными стандартами с использованием современных строительных материалов. Здание выглядит очень современно и способно принимать выставки разной направленности.

В выставочный комплекс Люхуа инвестируются большие денежные средства для улучшения и модернизации помещения, оборудования и средств обслуживания.



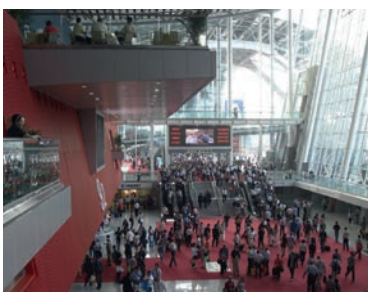
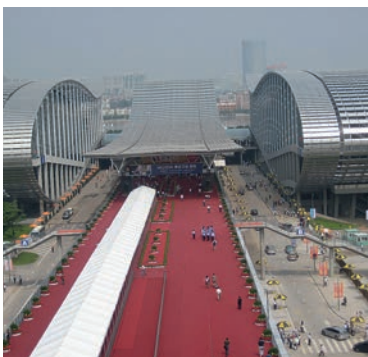
Выставочный центр Цзиньхан (Jinhan Exhibition Center) находится в самом центре Гуанчжоу, неподалеку от выставочного комплекса Люхуа.







# КАНТОНСКАЯ ЯРМАРКА



Кантонская ярмарка (Canton fair), которая дважды в год проходит в Международном выставочном комплексе Пачжоу, – это не только деловое мероприятие, но и незабываемое шоу. Для участия в нем в Гуанчжоу ежегодно съезжаются 360 тыс. бизнесменов из 230 стран мира.

Международная выставка китайских товаров частично переехала в Пачжоу из Люхуа в апреле 2004 г. (это была 95-я Кантонская ярмарка) и в течение нескольких лет разворачивала стенды одновременно на двух этих выставочных площадках. Однако, начиная со 104-й ярмарки она стала проводиться только в Пачжоу. Выставка славится тем, что на ней присутствуют в основном надежные китайские производители с прочной производственной базой и proven репутацией.

Ярмарка проходит в три этапа. Первый этап открывает выставку и потому привлекает наибольшее количество посетителей. Открытие сопровождается традиционными китайскими шоу с драконами, барабанами и национальными мифологическими персонажами. На первом этапе Кантонской ярмарки демонстрируется продукция машиностроения и самые высокотехнологичные товары китайских производителей

Второй этап посвящен легкой промышленности, товарам для дома, предметам традиционных китайских промыслов, фарфору, стеклу и пр. Этот этап наиболее интересен представителям сувенирной отрасли. Особенность его в том, что здесь представлена продукция, изготовленная из самых разнообразных материалов, выполненная во множестве техник и приёмов, некоторые из которых являются технологическими новшествами.

В среднем один китайский производитель на втором этапе Кантонской ярмарки выставляет на своем стенде несколько

сотен наименований продукции – это прекрасная возможность ознакомиться с образцами товаров, проверить качество и согласовать цены.

Главная изюминка третьего этапа Кантонской ярмарки в том, что здесь, в одном месте, можно увидеть весь ассортимент одежды, трикотажа, меха, нижнего белья, спецодежды, текстильного сырья, фурнитуры, обуви и т.д., представленный известными китайскими производителями, прошедшими специальный отбор, практически из всех провинций Китая. Широкая география производителей позволяет делать объективные выводы о тенденциях в той или иной отрасли.

Другими словами, за 5–10 дней пребывания в Гуанчжоу «в нужное время и в нужном месте» удастся сделать больше, чем за полгода активной переписки и телефонных переговоров.

В этом году первый этап 111-й Кантонской ярмарки состоялся с 15 по 19 апреля, второй этап – с 23 по 27 апреля, третий этап – с 1 по 5 мая.

Но поиск «своего» производителя на Кантонской ярмарке – это настоящая работа в силу её размеров, обилия выставочных павильонов и числа экспонентов. К этому мероприятию следует тщательно готовиться. «Бывалые» посетители рекомендуют позаботиться об удобной обуви – ведь прогуливаться по ярмарке придется по несколько часов пять дней в неделю. Кроме того, надо учитывать, что Гуанчжоу – это южный город с тропическим климатом. Надо позаботиться и о сумке – самой удобной будет сумка средних размеров на колесах с телескопической ручкой. Обычная сумка, набитая тяжелыми каталогами, сувенирами и образцами, станет обузой.

**Ирина МУРАВЬЕВА**

# ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ! ЗА ВАШИ ДЕНЬГИ

Размещение экспонентов и гостей международных выставок в Европе стало очень доходным бизнесом, в который вовлечены тысячи людей.



Крупнейшие международные выставки привлекают тысячи гостей из других стран и городов, и всем им нужно где-то ночевать. Могут ли организаторы мероприятий оставаться в стороне от решения этой задачи? Разумеется, нет. Арифметика простая: чем больше посетителей (нашедших приют, разумеется), тем выставка успешней.

Как строят свою работу выставочники по размещению экспонентов и посетителей? И что делать нам, их гостям, чтобы быстро найти отель нужного класса, забронировать номер и не ошибиться?

Попробуем разобраться на примере Германии – стране выставок, как ее не без оснований называют сами немцы. По тем же принципам строится работа в Италии, Франции, США и других странах.

### MESSEZEIT – ЦЕНЫ ВЗЛЕТАЮТ

Отправляясь за рубеж для посещения экспозиции, всегда надо помнить, что в крупных выставочных городах, таких как Дюссельдорф, Кельн, Франкфурт-на-Майне или Ганновер, при любых декларируемых скидках гостиниц и обещаниях туроператора стоимость номеров во время международных мероприятий взлетает в 2–3 раза. И полет этот ничем не остановить – рынок делает свое дело, спрос рождает предложение. Наиболее яркой иллюстрацией этого факта может служить объявление, вывешенное в каждом номере небольшого отеля Crown Hotel во Франкфурте-на-Майне, расположенного в двух шагах от железнодорожного вокзала и в одной остановке метро от выставочного центра. В нем четко обозначено, что время бывает двух видов – нормальное (normale zeit) и ненормальное, или выставочное (messezeit): стоимость номера в этот период более чем в три раза превышает обычные расценки – 160 евро вместо 50 евро за сутки. Стоит добавить, что при бронировании через сайт немецкой железной дороги (после оплаты железнодорожного билета через Интернет) тот же номер в «нормальное время» стоил 38 евро.

Немного легче ситуация в Берлине и Гамбурге, поскольку их заполняет такой поток приезжих, что гостиничные системы этих мегаполисов гораздо шире потребностей любого выставочного центра. Там находится столько гостиниц разного уровня, преимущественно – среднего и нижнего ценового сегмента, что при желании даже во время выставок можно найти вполне приличный одноместный номер с завтраком за 40–60 евро в центре города.

### ЗА ТРИДЕВЯТЬ ЗЕМЕЛЬ – ДЕШЕВЛЕ

Общая картина очевидна: чем ближе расположена гостиница к выставочному комплексу, тем дороже стоит номер. В поисках дешевых



Выставочные центры активно помогают в размещении своих гостей, имея целую сеть партнеров и посредников – отелей, туроператоров и пр.

предложений, особенно в условиях дефицита свободных мест, гостей засылают за десятки километров. Так, во время крупных выставок в Дюссельдорфе посетителям предлагают отели в Кельне, Эссене и Дортмунде. А это уже довольно далеко – в день на дорогу уходит до трех часов.

Неудивительно, что выставочные центры притягивают гостиницы, словно магнит. Все хотят быть поближе.

Так, в районе аэропорта Дюссельдорфа в десяти минутах езды от выставочного центра находится целая россыпь элитных отелей категории 4–5 звезд: Sheraton Duesseldorf Airport Hotel (198 номеров), Maritim Hotel Duesseldorf (533 номера и 38 сьютов «люкс») и Lindner Hotel Airport (239 номеров). В дни проведения выставок между аэропортом и выставочной площадкой постоянно курсируют городские автобусы.

В Базеле (Швейцария) на расстоянии 200 м от входа в выставочный центр Messe Basel находится трехзвездная гостиница Dorint An der Messe Basel (171 номер).

Во Франкфурте-на-Майне улицы в районе между железнодорожным вокзалом и выставочным комплексом почти сплошь заполнены вывесками небольших гостиниц.

103

<b>ZIMMERPREIS:</b> Room Rate: Prix de Chambre:	<b>NORMALE ZEIT:</b> Normal Season: Saison normale:	<b>MESSEZEIT:</b> Fair Period: Période d'une Foire:
ab beginning at à compter de	<b>€ 50,00</b>	<b>€ 160,00</b>
Im Preis eingeschlossen sind die Übernachtung, das Frühstücksbuffet und 19% MwSt. The room rate includes the overnight stay, the buffet breakfast and 19% VAT. Dans le prix sont inclus la nuitée, le petit déjeuner et 19% TVA.		
<b>TELEFON:</b> Telephone: Téléphone:	<b>PREIS PRO EINHEIT:</b> Price per telephone unit: Prix par unité téléphonique:	<b>€ 0,25</b>
<b>TELEFONVERBINDUNGEN:</b> Telephone Links: Communication téléphonique:	<b>REZEPTION:</b> Reception: Réception:	Wählen Sie: Dial: Veuillez composer le:
<b>CROWN HOTEL</b> MOSELSTR. 30 D-60329 FRANKFURT/MAIN TEL: +49-(0)69-26952693 FAX: +49-(0)69-26488675 E-MAIL: reservation@crownhotel.de Internet: www.crownhotel.de	<b>AMT:</b> Outside Line: Ligne extérieure:	Wählen Sie: Dial: Veuillez composer le:
<b>AUSLANDSGESPRÄCH:</b> International call: Communication internationale:	<b>ZIMMER-Nr:</b> Room-No.: No. De Chambre:	Wählen Sie: Dial: Veuillez composer le:
<b>AUSKUNFT (national):</b> National directory assistance: Service de renseignements national:	<b>ZIMMER-Nr</b> Room No No. de Chambre	<b>100</b>
<b>AUSKUNFT (international):</b> International directory assistance: Service de renseignements international:	0+00+Landeskennzahl+Ortsvorwahl+Telefon-Nr. 0+00+Country Code+Area Code+Telephone No. 0+00+Indicatif de pays+Indicatif régional+No. de Tél.	<b>0</b>
<b>FLUGHAFEN-INFORMATION:</b> Airport Information Center: Centre d'information de l'aéroport:	kostenpflichtig with costs tenu de payer les frais:	<b>11833</b>
<b>LUFTHANSA-INFORMATION:</b> LUFTHANSA Information Center: Centre d'information de LUFTHANSA:	kostenpflichtig with costs tenu de payer les frais:	<b>11834</b>
<b>FRÜHSTÜCK</b> Breakfast/ Petit Déjeuner	<b>ABREISEZEIT (Zimmerfreigabe)</b> CHECK-OUT (Vacation of room) L'HEURE DE DÉPART (Libération de la chambre)	<b>01805-3724636</b>  <b>Airport: 69 69 44 33</b> <b>Central: 01803-803803</b>
7:00 - 10:00 7.0G/Fl./Etg.	12:00 Uhr o'clock heures	

Во время проведения международных выставок стоимость номеров взлетает в 2-3 раза. В дни, когда выставок нет, кров над головой обойдется в 50 евро, в дни выставок – в 160 евро.

Отель NH Fiera организационно не имеет никакого отношения к выставочному комплексу fieramilano. Тем не менее он стал его архитектурной достопримечательностью.



Но дальше всех пошли владельцы международной гостиничной сети NH hotels: в Милане, напротив южного входа в новый выставочный комплекс fieramilano, крупнейший в Италии, они построили NH Fiera hotel – гостиницу на 398 номеров – две футуристические падающие башни по проекту известного французского архитектора Доминика Перро. Не имея никакого отношения к fieramilano, отель стал если не доминантой, то уж точно архитектурной достопримечательностью комплекса. Интересный факт: в двух километрах от него находится небольшая гостиница на 44 номера, которая носит гордое имя Hotel Fiera Milano, что, конечно, может запутать кого угодно.

В европейских странах вокруг всех крупных выставочных комплексов сложилась собственная гостиничная инфраструктура. При взгляде на карту может показаться, что из россыпи отелей соткана паутина, в которую попадают тысячи экспонентов и гостей выставок. Получают ли от этого что-то владельцы площадей? Бывает, но только в том случае, если стороны договариваются о сотрудничестве. В противном случае каждый работает на себя.



Посетителям выставок в Дюссельдорфе не приходится долго искать ночлега. Рядом с аэропортом находятся несколько комфортабельных отелей – Sheraton, Maritim и другие. В дни проведения выставок между аэропортом и выставочным центром курсируют автобусы.

### ON-LINE БРОНИРОВАНИЕ: ЗНАТЬ, ГДЕ ИСКАТЬ...

Практически во всех крупных немецких городах действуют отработанные системы on-line бронирования, предлагающие самый широкий спектр возможностей поселиться, начиная с пятикомнатного президентского «люкса» в элитной гостинице и заканчивая кроватью на втором ярусе в комнате отеля bed&breakfast, гарантирующего минимальный набор услуг по низким ценам.

Помимо этого, можно остановиться в частном секторе. Гости живут в обычных квартирах горожан, заключивших соответствующие договора с компаниями, которые размещают гостей. В России это довольно трудно представить, но немцы готовы не только сдать квартиру на время, но и проживать в ней вместе с совершенно незнакомыми людьми: люди там куда более гостеприимны и доверчивы, чем у нас. Случай из практики: в двух комнатах жили мама с сыном-школьником, а в третьей – гость из далекой и очень страшной для них России – и никаких замков, отдельных туалетов и кухонь – всё общее.

Существующая система бронирования чрезвычайно эффективна, она позволяет, с одной стороны, зарабатывать на выставках не только отелям, но и простым гражданам, а с другой – дает возможность удовлетворить самые разные запросы гостей – от 20 до 1000 евро за проживание в сутки.

В последнее время все больше гостей самостоятельно бронируют номера за рубежом. Ничего сложного в этом нет. Главное – помнить, что делать это можно лишь на ведущих международных порталах по бронированию отелей, официальных городских сайтах (к примеру, <http://visitberlin.de>; <http://www.duesseldorf.de>) и порталах крупных перевозчиков («Аэрофлот», Lufthansa, DBahn). Необходимые рекомендации (с кем лучше связаться) всегда можно найти на сайтах выставочных центров.

Не стоит общаться с неизвестными интернет-посредниками: можно не только потерять деньги, но и неожиданно оказаться в роли немецкого бомжа – одному в незнакомом городе при полном отсутствии номеров в гостиницах дешевле 300–400 евро за сутки.



Выставочный и гостиничный бизнес в Европе неразрывно связаны. Выставочные центры активно помогают в размещении своих гостей, имея целую сеть партнеров и посредников.



Посетители выставок в Германии могут поселиться как в элитной гостинице класса «люкс», так и в самом скромном отеле или даже в частном секторе.

## ВЫСТАВОЧНЫЕ ЦЕНТРЫ – В ЦЕНТРЕ СОБЫТИЙ

Выставочные центры активно помогают в размещении своих гостей, имея целую сеть партнеров и посредников – отелей, туроператоров и пр. Прежде всего их работа включает предоставление необходимых ссылок на собственном сайте и создании специального отдела (службы), направляющего гостей в гостиницы и/или в специализированные фирмы, занимающиеся бронированием и размещением приезжих.

Так, компания Hamburg Messe und Congress предлагает гостям воспользоваться услугами трех лицензированных партнеров (только трех!) – выставочно-конгрессного агентства FIRST Reisebüro RAUTHER; немецкого портала по бронированию отелей [www.hrs.de](http://www.hrs.de) и городского сайта [www.hamburg-tourism.de](http://www.hamburg-tourism.de) – для заказа комнат в отелях bed&breakfast.

Дальше всех на этом пути продвинулись в Дюссельдорфе. Практически все ведущие отели города и окружающих районов – вплоть до Дортмунда на севере и Кельна на юге – имеют аккредитацию «FairFairs Hotel» (выставочный отель) – в обмен на скидки и услуги для экспонентов. Организаторами этой системы в 2004 г. стали компания Messe Düsseldorf GmbH и Торговая Ассоциация ресторанов и отелей земли Северный Рейн-Вестфалия (DEHOGA NRW).

На первый взгляд, идея кажется противоестественной: как можно говорить о скидках на номера в самое горячее время, когда не хватает мест и по двойной цене? Оказывается, можно. Скидки от расценок, действующих во время проведения выставок, и вправду даются – в размере 10–15% и даже выше. Однако возможны они при выполнении очень специфических условий: постоялец должен сам (лично) без каких-либо посредников и не через системы бронирования в Интернете заказать номер за год, полгода или три месяца до заезда. Такая возможность возникает у отеля за счет отказа от определенных платежей, возникающих при работе с фирмами-посредниками и интернет-порталами. В официальной брошюре проекта говорится: «FairFairs Hotel» должен предлагать экспонентам «справедливые условия оплаты и простую систему ценообразования», различные варианты проживания и приоритетного резервирования, особые условия отказа от бронирования, дополнительные услуги и решение спорных вопросов на месте. Таким образом, речь также идет о повышенном уровне сервиса.

От владельцев площадок не отстают и независимые операторы. Так, устроитель крупнейшей в мире выставки игрушек в Нюрнберге Spielwarenmesse GmbH собственными силами ведет планомерную работу по бронированию недорогих гостиниц и частного жилья для экспонентов и посетителей. Компания предлагает относительно недорогое размещение в гостиницах и частном секторе в ближайших к Нюрнбергу городах и поселках, при этом на дорогу гости тратят примерно столько же времени, что и постояльцы отелей в центре города.

В наши дни выставочный и гостиничный бизнес в Европе неразрывно связаны. Гостиницы стремятся быть ближе к комплексам и резко поднимают цены во время выставок. Клиентам, желающим платить меньше, предлагают снизить запросы: поселиться за десятки километров от площадки, либо снять жилье самого низкого класса (комната в частной квартире на окраине, кровать в многоместном номере отеля bed&breakfast и пр.).

Однако при поддержке сервисных служб выставочных компаний и грамотном использовании возможностей европейских систем on-line бронирования, можно добиться и гораздо лучших результатов, главное – уметь это делать.

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



### DORINT

Трехзвездная гостиница, находящаяся в 200 метрах от выставочного центра Messe Basel в Базеле, Швейцария.



# ЦЕНА СОВРЕМЕННОСТИ



По данным газеты Financial Times, в минувшем году инвестиции в предметы искусства принесли инвесторам больший доход, чем вложения в фондовые рынки. Такая тенденция наблюдается уже второй год подряд.

В 2011 г. на мировых аукционах было продано более 2 тыс. работ стоимостью от 1 млн долл. и выше, а общий объем продаж во всей арт-индустрии достиг 80 млрд долл.

На фоне экономических проблем Европы и США изумляет то, сколько ценители искусства потратили на заинтересовавшие их полотна в прошлом году. Согласно отчетам Skate's Art market Research, в 2011 г. на мировых аукционах было продано более 2 тыс. работ стоимостью от 1 млн долл. и выше, а общий объем продаж во всей арт-индустрии достиг 80 млрд долл.

Одним из локомотивов этого роста выступает современное искусство, т. е. предметы искусства, созданные за последние 60 лет. Живопись этого направления (в категории от 1 млн долл.) выросла в цене за 2011 г. в среднем на 6,4%. Особенность этого направления в том, что значительная часть художников живы и продолжают создавать новые работы, а значит и предложение на рынке предметов искусства.

Совокупная стоимость произведений ныне живущих Герхарда Рихтера, Джефа Кунса, Джаспера

Джонса, Дэмиана Херста превышает 1 млрд долл. В списке самых дорогих художников за всю историю человечества только трое (Пикассо, Моне и Уорхол) имеют большую капитализацию. Причем работы Уорхола также относятся к современному искусству. В июле 2011 г. скончался 89-летний Люсьен Фрейд, признанный на тот момент самым дорогим из живущих художников. Его картина «Спящая соцработница» в 2008 г. была продана на аукционе Christy's за 33,6 млн долл.

Такой рост цен на современное искусство, несмотря на кризисную в целом ситуацию, несомненно, способствует его развитию и популяризации в мире. Возрастающее количество всевозможных арт-выставок и ярмарок подтверждает огромный интерес к этой теме. Любая уважающая себя столица стремится создать у себя нечто подобное Венецианской биеннале или «Арт-Базелю».

И не только для того, чтобы насладиться удивительным зрелищем под названием «современное искусство», но и для того, чтобы извлечь из мероприятия значительную коммерческую выгоду. С точки зрения регулирования и контроля рынок современного искусства значительно более открыт и свободен, чем любой другой.

Динамичное развитие сектора не может не привлекать предпринимателей из других отраслей. На арт-рынок приходят новые игроки, которые привносят в процесс создания и развития художественных проектов эффективные бизнес-подходы. Формой реализации такого сотрудничества становятся так называемые арт-группы, в которых бизнесмены и художники работают совместно над появлением новых успешных арт-концепций.

По материалам РБК Daily



[www.SOKOLNIKI.com](http://www.SOKOLNIKI.com)

Конгрессно-выставочный центр

# НОВОСТИ А

Продажи аукционных домов Christie's, Sotheby's



## Картина Френсиса Бэкона «Портрет Генриетты Морэ»

1963 г., 21,3 млн ф. ст. (первоначальная стоимость не определена). Аукцион Christie's, Лондон.

Написанная сразу после оглушительного успеха выставки Бэкона в Галерее Тэйт в Лондоне в 1962 г., картина начинает новый этап в творчестве художника. С 1963 по 1967 г. Бэкон пишет портреты, отображающие разные варианты человеческой наготы, хотя женские портреты в творчестве художника встречаются нечасто. Любимая натурщица Бэкона Генриетта Морэ изображена на картине обнаженной. Портрет выполнен быстрыми стремительными мазками с сочетанием резкого, агрессивного и сексуального стилей и комбинацией красного и черного цветов.

## Картина Герхарда Рихтера «Абстрактная картина»

1994 г., 9,9 млн ф. ст. (первоначальная оценка – 5–7 млн ф. ст.). Аукцион Christie's, Лондон.

Рихтер говорил, что абстрактная картина всегда отображает ту реальность, которую нельзя увидеть или иным образом ощутить, кроме как визуализировать с помощью творчества. Картина выполнена в изумрудно-голубых тонах и впервые была выставлена в Галерее Anthony d'Offay в 1995 г. На картине нет четких контуров и линий, которые свойственны многим абстрактным картинам. Форму и настроение создают цвет и тона, напоминающие творчество импрессионистов.



## Картина Пабло Пикассо «Женщина в кресле»

1949 г., 4,7 млн ф. ст. (первоначальная оценка – 4–6 млн ф. ст.). Аукцион Christie's, Лондон.

На картине изображена французская художница, любовница Пикассо Франсуаза Жило за месяц до рождения их дочери Паломы. Пикассо встретил Франсуазу в парижском кафе. Ему было за 60, ей немногим за 20. Пикассо нарисовал много портретов Франсуазы с 1944 по 1953 г. Ее молодость, красота, раскосые глаза и длинные густые волосы вдохнули в художника новые творческие силы. На картине Франсуаза изображена на пике своей женственности: полные губы, красное платье, распущенные волосы, нежная кожа. Как писал сам Пикассо своему другу Анри Матиссу, кресло на картине создает ощущение защиты хрупкой молодой матери.

## Картина Хуана Гриси «Книга»

1914–1915 гг., 10,3 млн ф. ст. (первоначальная оценка – 12–18 млн ф. ст.). Аукцион Christie's, Лондон.

Написанная в Париже, картина ознаменовала собой новый, «кубический», период творчества художника. Художник переходит от доминирования в картине реалистической композиции к отображению предметов в нескольких плоскостях одновременно. Эта смена направления в живописи потребовала от художника нескольких лет упорного труда и сотрудничества с такими признанными мэтрами кубизма, как Пабло Пикассо и Джордж Браку.





# УКЦИОНОВ



## Картина Хуана Миро «Фигуры и птица под солнцем»

1946 г., 5 млн ф. ст. (первоначальная оценка – 4–7 млн ф. ст.). Аукцион Christie's, Лондон.

На картине изображено несколько фигур: девушка и другие персонажи, стоящие против солнца, и птица, порхающая в небе. Сочетание статических тяжелых форм и движения создает эффект вращения фигур. Картина написана в Барселоне, где художник провел четыре года Второй мировой войны. Метафора сопоставления человеческих фигур и летающих птиц созвучна философии испанцев: чем тверже стоишь на земле, тем легче взлететь.

## Скульптура Генри Мура «Откинувшаяся назад фигура: Фестиваль»

1951 г., 19 млн ф. ст. (первоначальная оценка – 3,5–5,5 млн ф. ст.). Аукцион Christie's, Лондон.

Скульптура ушла после пятиминутного торга неизвестному телефонному покупателю. Эту работу Генри Мур называл среди трех своих самых значительных произведений. Полулежачая женская фигура, ажурность силуэта которой сочетается с монолитностью форм, была заказана Генри Муру (уже получившему к тому времени всемирное признание) специально для экспозиции художественной выставки «Фестиваль Британии». Этот фестиваль был приурочен к столетию легендарной Всемирной выставки в Лондоне в 1851 г. и должен был показать достижения английского искусства в XX в.



## Картина Никола де Сталя «Агридженто»

1953 г., 5,3 млн ф. ст. (первоначальная оценка – 3,5–5 млн ф. ст.). Аукцион Christie's, Лондон.

Живопись де Сталя никогда не была риторической и перегруженной деталями. Художник был настоящим мастером упрощения самого сложного изображения, передавая настроение с помощью цвета и правильной тональности. Картина написана под влиянием живописи Анри Матисса во время путешествия художника с семьей и друзьями по югу Франции. Так же как Матисс, де Сталь работает с яркими красками, нанося их крупными мазками, и создает настроение пейзажа, работая с формами объектов.



### 3 Всё на продажу



#### Картина Винсента Ван Гога «Вид на приют и часовню в Сен-Реми»

1889 г., 10,1 млн ф. ст. (первоначальная оценка – 5–7 млн ф. ст.).  
Аукцион Christie's, Лондон.

После смерти художника картину унаследовала жена брата Винсента – Джоанна Ван Гог-Бонгер, которая дважды выставляла ее в Голландии. Картина написана в последние годы жизни художника. Однако она не похожа на большинство его предсмертных работ. Картина пронизана воздухом, жизнью, ветром и умиротворенным созерцанием осени, хотя художник рисовал ее через прутья решеток в больнице Сен-Реми за год до самоубийства.

#### Картина Хуана Миро «Живопись-стихотворение»

1925 г., 16,8 млн ф. ст. (первоначальная оценка – 6–9 млн ф. ст.). Аукцион Christie's, Лондон.

Произведение представляет собой жирную закорючку и написанное поверх нее сюрреалистское стихотворение: «Тело моей темноволосой женщины, потому что я люблю ее как своего котенка, одетую в салатово-зеленый град, что совершенно не важно». По мнению друга и биографа художника Жака Дюпена, картина является самой известной работой Миро в этом жанре картин-стихотворений. Слова на картине не просто иллюстрируют изображение, они вплетаются в него. Их можно интерпретировать как часть лица женщины или изгибы ее фигуры.



#### Картина Лукаса Кранаха Старшего «Лукреция»

1510–1513 гг., 5,1 млн долл. (первоначальная оценка – 4–6 млн долл.). Аукцион Sotheby's, Нью-Йорк.

Кранах был видным представителем Северного Возрождения. История Лукреции, добродетельной жены, обесчещенной сыном этрусского царя в IV в. до н.э. и покончившей с собой (это привело к изгнанию династии этрусков из Рима), очень занимала Кранаха. Он создал более трех десятков работ с изображением красавицы с кинжалом. На этой картине Лукреция изображена в виде кудрявой блондинки с мужественным лицом, с золотыми цепями на полубнаженной груди, нежная кожа которой контрастирует с темным мехом шубы, накинутой на ее плечи.

#### Картина Эрнста Кирхнера «Рощица»

1911 г., 7,3 млн ф. ст. (первоначальная оценка – 5–7 млн ф. ст.).  
Аукцион Sotheby's, Лондон.

Картина изображает группу тропических деревьев посреди Альбертплац в Дрездене. Город Дрезден, его здания, мосты и площади часто появлялись в работах художника, выдавая его раннее увлечение архитектурой. Картина передает дух изящества, присущий этому городу в глазах художника, поэтому полотну носит немного озорное название «Рощица», намекая на миниатюрность всех городских построек Дрездена.



## Картина Клода Моне «Въезд в Живерни зимой»

1885 г., 8,2 млн ф. ст. (первоначальная оценка – 4,5–6,5 млн ф. ст.).

Аукцион Sotheby's, Лондон.

Картина является одной из первых и лучших в серии с изображением этого места. Художник переехал в Живерни под Парижем в 1883 г. и часто изображал на своих картинах городок и его окрестности. Это полотно с 20-х гг. XX в. хранилось в коллекции фабриканта-фармацевта Анри Канона, не выставлялось и не входило в каталоги.



## Картина Поля Сезанна «Игроки в карты», 1895 г.

По информации американского журнала Variety, картина «Игроки в карты» была куплена зимой этого года за 250 млн долл. королевской династией Катара вне аукционных торгов. Предыдущий владелец картины, греческий магнат Георг Эмбиркос, решил продать картину зимой 2011 г., незадолго до своей смерти. По слухам, за картину боролись два крупнейших арт-дилера – Уильям Аквавелла и, возможно, Ларри Гагосян. Они предлагали цену вплоть до 220 млн долл. Точную цифру сделки пока назвать трудно. Конечная сумма будет зависеть от того, когда и каким образом королевская семья Катара передаст деньги.



# Выставлено на продажу



## Картина Эдварда Мунка «Крик»

Прим. 1893–1910 гг., оценка – 80 млн долл. Аукцион Sotheby's, Нью-Йорк, май 2012 г.

Написание картины «Крик», первоначально названной Мунком «Криком природы», художника вдохновил кровавый закат, поразивший его во время прогулки с друзьями. Изображенная на фоне красного неба отчаянная одинокая фигура с открытым в безмолвном крике ртом воплощает «состояние нагой души», по выражению самого художника. «Крик» Мунка оказал существенное влияние на европейскую и американскую живопись XX в. не только опосредованно, но и напрямую. В частности, Энди Уорхол создал серию принтов-копий «Крика» в нескольких цветах.

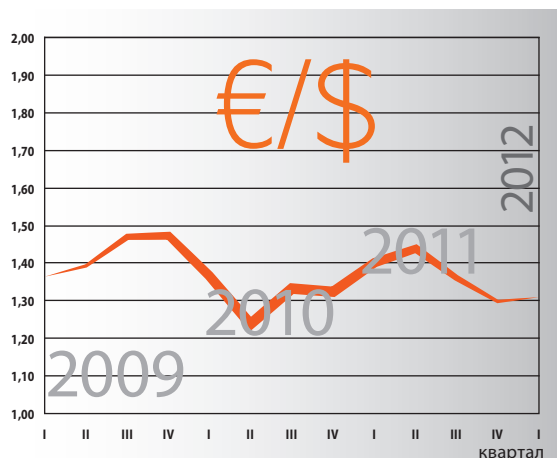
## Картина Энди Уорхола «Двойной Элвис»

1963 г., оценка – 30–50 млн долл. Аукцион Sotheby's, Нью-Йорк, май 2012 г.

Это первая картина Энди Уорхола с изображением Элвиса, выставленная на продажу после 1995 г. Энди Уорхол сделал 22 портрета певца, 9 из которых находятся в музейных коллекциях. На этом двойном портрете, выполненном в технике шелкографии, Пресли изображен в образе ковбоя. Перед торгами картина, выполненная в серебряном и черном цветах, будет выставлена в Лос-Анджелесе, Лондоне и Гонконге.



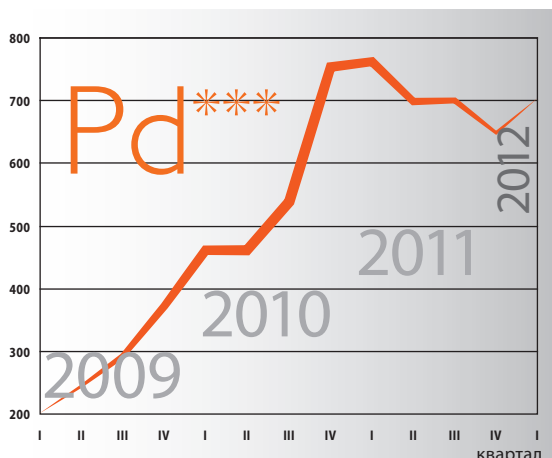
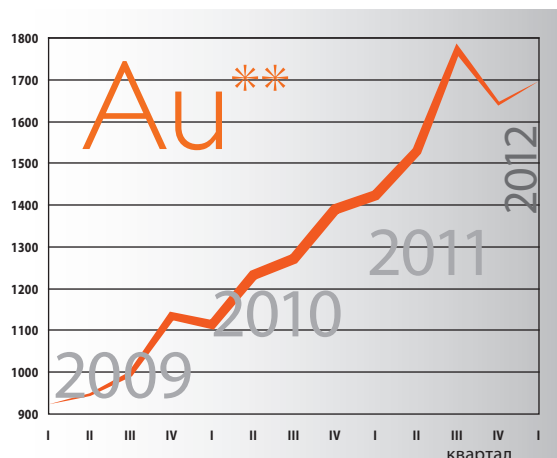
## Курсы валют\*



\* На середину последнего месяца квартала.

Источник: Центральный банк России.

## Динамика цен на золото и палладий\*



### Обозначения

Золото – Au  
Палладий – Pd

\* Средние цены за последний месяц квартала.

\*\* Вечерний фиксинг в Лондоне, долл. за тр. унцию.

\*\*\* На бирже в Нью-Йорке, долл. за тр. унцию.

Источники: Metal Bulletin, World Bank.

### НОВОСТИ ЭКОНОМИКИ

По данным сайта [www.mergers.ru](http://www.mergers.ru), в 2011 г. было зафиксировано 1070 завершённых сделок слияний и поглощений, что на 20% больше, чем в 2010 г. Тем не менее рынок еще далек от количественных значений 2004–2008 гг. Стоимостной объем рынка слияний и поглощений в прошедшем году вырос до уровня 90,3 млрд долл. (на 64% больше 2010 г.). Средняя цена сделки составила в 2011 г. 100,4 млн долл.

НК «Роснефть» увеличила свою долю в ОАО «Восточно-Сибирская нефтегазовая компания» («Востсибнефтегаз») с 70,78% до 99,87% путем приобретения пакета акций у Montenore Investment LTD и у миноритарных акционеров в рамках процедуры обязательного предложения, говорится в сообщении нефтяной компании. Расходы «Роснефти» на консолидацию «Востсибнефтегаза» составили 9,3 млрд руб.

По сообщению газеты La Tribune, альянс Renault-Nissan в ближайшее время может стать владельцем контрольного пакета акций «АвтоВАЗа». La Tribune пишет: «Сделка откладывалась из-за выборов в России. Но теперь это вопрос нескольких недель. Renault-Nissan станет владельцем пакета «АвтоВАЗа» в размере 50% плюс одна акция».

Совет директоров «Ростелекома» в феврале 2012 г. одобрил покупку у «Газпромбанка» 38 947 060 обыкновенных именных акций ОАО

«Национальные телекоммуникации», составляющих 28,23% уставного капитала последнего, говорится в материалах «Ростелекома». Цена сделки равна 13,8 млрд руб. Общая номинальная стоимость отчуждаемых обыкновенных именных акций – 97,4 млн руб.

По уровню предпринимательской активности Россия остается на одном из последних мест в мире, констатируют эксперты Global Entrepreneurship Monitor (GEM) в своем последнем отчете. Среди факторов, препятствующих развитию предпринимательства, российские эксперты выделили политику государства (30%), социально-политический климат (чуть больше 20%), культурные и социальные нормы (14%). Всего в 2011 г. в опросах GEM приняли участие 140 тыс. респондентов из 54 стран. Индекс GEM рассчитывается с 1999 г. консорциумом университетов. В каждой стране работает отдельная группа экспертов.

По предварительной оценке Росстата, объем ВВП РФ в 2011 г. в текущих ценах увеличился на 4,3% и составил 54,369 трлн руб. Темпы роста экономики, таким образом, остались на уровне 2010 г. Экономисты считают, что в 2012 г. рост российской экономики замедлится до 3,5%. Основными экономическими рисками для России остаются возможное падение цены на нефть, снижение внешнего спроса, ухудшение условий кредитования и политика нового правительства.

Alberto Gardiani, Baldan, Charles Jourdan, Gianvito Rossi, Le Silla, Lulu Guinness, Pakerson, Santoni, Sergio Rossi, Stephane Kelian, Byblos, Frankie Morello, Galliano, GF Ferre, High, Just Cavalli, Les Copains, McQ Alexander McQueen, Milly, M Missoni, N.21, Paul & Joe, Pierre Balmain, Plein Sud, Red Valentino, Roccobarocco, See by Chloé, Sonia by Sonia Rykiel, Versus, Tony Ward

# CROCUS

lotte plaza

		
<p>SANTONI   ТУФЛИ ИЗ КОЖИ   16 065P</p>	<p>PAKERSON   МОКАСИНЫ ИЗ ЗАМШИ   17 415P</p>	<p>SERGIO ROSSI   ТУФЛИ ИЗ КОЖИ   27 270P</p>
		
<p>U-BOAT   ЧАСЫ ИЗ СТАЛИ   147 500P</p>	<p>U-BOAT   ЧАСЫ ИЗ ТИТАНА   180 000P</p>	<p>U-BOAT   ЧАСЫ ИЗ ЧЕРНОГО И РОЗОВОГО ЗОЛОТА   600 000P</p>
		
<p>SANTONI   ТУФЛИ ИЗ ЗАМШИ   21 330P</p>	<p>PAKERSON   ТУФЛИ ИЗ КОЖИ   20 115P</p>	<p>SERGIO ROSSI   КЕДЫ ИЗ ЗАМШИ   13 635P</p>

## Почему я ухожу из Goldman Sachs

«Интернэшнл хералд трибюн», США

Корпоративная культура, то есть работа в команде, честность и правильное отношение к клиентам, была основой, позволившей Goldman Sachs работать более 140 лет и стать великой компанией. Сегодня эта культура утеряна, а об интересах клиентов никто и не думает. За глаза их называют идиотами.

Сегодня мой последний день в компании Goldman Sachs. Почти 12 лет работы в этой фирме – сначала в качестве летнего практиканта во время обучения в Стэнфордском университете, а затем 10 лет в Нью-Йорке, а теперь и в Лондоне – это, на мой взгляд, достаточный период для того, чтобы понять траекторию движения ее культуры, ее людей и ее особенности. И я могу честно сказать, что эта среда в настоящее время является весьма токсичной и деструктивной, чего я раньше никогда не наблюдал.

Если описать существующую проблему в простейших терминах, то можно сказать, что интересы клиента продолжают отодвигаться в сторону, и именно так эта фирма действует и представляет себе процесс делания денег. Goldman Sachs является одним из самых крупных и самых важных инвестиционных банков в мире, и он слишком интегрирован в глобальную финансовую систему для того, чтобы продолжать действовать в том же духе. Эта компания очень далеко ушла от того, чем она была в то время, когда сразу после окончания университета я пришел на работу, и я больше не могу сказать с чистой совестью, что идентифицирую себя с теми принципами, которыми она теперь руководствуется.

Это может показаться удивительным для скептически настроенной публики, но культура всегда была жизненно важной составной частью успеха Goldman Sachs. Она включала в себя такие понятия, как работа в команде, честность, скромность, а также постоянное правильное отношение к клиентам. Эта культура и была тем секретным источником, сделавшим эту фирму великой и позволившим нам располагать доверием наших клиентов в течение 143 лет. Речь шла не только о том, чтобы делать деньги, – такой подход не может обеспечить устойчивую работу фирмы в течение долгого периода времени. Было также нечто, имеющее отношение к гордости и вере в эту

организацию. Мне очень грустно говорить о том, что сегодня, глядя вокруг себя, я почти не замечаю следов той культуры, которая заставляла меня любить работу в этой фирме в течение долгих лет. У меня больше нет ни гордости, ни веры.

Но так было не всегда. Более десяти лет я принимал на работу новых сотрудников и выступал в качестве наставника кандидатов в ходе изнурительного процесса прохождения интервью. Я понял, что должен уходить, когда осознал, что больше не могу смотреть студентам в глаза и рассказывать о том, какое это великодушное место для работы.

Если писать книгу об истории Goldman Sachs, то в ней можно было бы сказать, что нынешний главный исполнительный директор Ллойд Бланкфейн и президент Гэри Кон утратили контроль над культурой компании, за которой они должны следить. Я действительно верю в то, что понижение моральных критериев в компании представляет собой самую серьезную опасность для ее выживания в долгосрочной перспективе.

В ходе своей карьеры я был удостоен чести консультировать два крупнейших хедж-фонда на нашей планете, пять наиболее крупных компаний в США по управлению активами, а также три важнейших суверенных фонда на Ближнем Востоке и в Азии. Базисные активы моих клиентов превышают 1 трлн долл. Я всегда очень гордился тем, что рекомендовал своим клиентам делать то, что считал правильным для них, даже если это означало получение меньшего количества денег для компании. Подобная точка зрения становится все менее популярной в Goldman Sachs. Это был еще один сигнал о том, что пришло время уходить.

Как мы оказались в таком положении? Компания изменила свои представления о лидерстве. Лидерство раньше было в области идей, и речь шла о том, чтобы быть примером и де-



лать правильные вещи. Сегодня, если ты приносишь компании достаточное количество денег (и в настоящее время никого не убиваешь топором), то тебя повысят и назначат на руководящую должность.

Каковы три способа для того, чтобы стать лидером?

**А.** Используй «топоры» компании, что на принятом в Goldman Sachs жаргоне означает убедить ваших клиентов в том, чтобы они инвестировали в акции или в другие продукты, от которых мы хотели бы избавиться, так как они не рассматриваются как возможность получить в будущем большой прибыли.

**Б.** «Охота на слонов». В переводе на английский: заставь своих клиентов – некоторые из них люди опытные, а некоторые не очень – участвовать в таких сделках, которые принесут наибольшую выгоду Goldman Sachs. Можно назвать меня старомодным, но я не хочу продавать моим клиентам такие продукты, которые им не нужны.

**В.** Найди себе такое место, где твоя работа будет состоять в продаже любого ликвидного туманного продукта с сокращением из трех букв.

Сегодня многие из этих лидеров имеют коэффициент культуры Goldman Sachs на уровне 0%. Я присутствовал на совещаниях по продаже деривативов, во время которых ни одной минуты не было уделено ответам на вопросы о том, как можно было бы помочь клиентам. Говорили исключительно о том, как вытянуть из них как можно больше денег.

Мне становится не по себе от того, насколько бесщадно люди говорят о надувательстве своих клиентов. За последние 12 месяцев я был свидетелем того, как пять разных управляющих директоров называли своих собственных клиентов идиотами – иногда даже по внутренней электронной почте. И все это после разбирательства Комиссии по ценным бумагам. Я имею в виду поведение. Честность? Она разрушается.

Меня поражает то, как мало правдивой информации получает высшее руководство. Если

клиент тебе не доверяет, то он в какой-то момент не будет заниматься с тобой бизнесом. И это произойдет, независимо от того, насколько ты умен.

Вот вопрос, который мне чаще всего задают младшие аналитики относительно деривативов: «Сколько денег мы сможем содрать с этого клиента?» У меня возникает неприятное чувство каждый раз, когда я это слышу, так как это является прямым отражением того, что они усваивают в качестве норм поведения, наблюдая за руководителями фирмы. А теперь попытайтесь представить, что произойдет через десять лет. Не надо быть специалистом по ракетам, чтобы понять: наши младшие аналитики, тихо сидящие в углу и слушающие разговоры об «идиотах», о «мы вырвем им глаза», «получить выгоду», совсем не обязательно станут образцовыми гражданами.

Когда я первый год работал аналитиком, я не знал, где находится туалет и не умел завязывать шнурки. Меня учили обращать внимание на главное, разбираться в том, что такое деривативы, понимать финансы, изучать наших клиентов и их мотивы, пытаться понять, как они определяют успех и что мы можем сделать для того, чтобы помочь им добиться желанного результата.

Я надеюсь, что я смогу разбудить членов Совета директоров. Клиенты должны быть в фокусе вашего бизнеса. Без клиентов вы не сможете делать деньги. На самом деле вы просто перестанете существовать. Избавьтесь от морально испорченных людей, независимо от того, сколько денег они приносят компании. И восстановите культуру так, чтобы люди хотели у вас работать и руководствовались при этом правильными мотивами. Люди, озабоченные только тем, чтобы делать деньги, не смогут долго поддерживать эту фирму – и сохранять доверие ее клиентов.

*Грег Смит ушел в отставку с поста исполнительного директора Goldman Sachs, а также главы отдела по деривативам Соединенных Штатов в Европе, на Ближнем Востоке и в Африке.*



## Будущее американо-азербайджанских отношений

«Форин полиси джорнэл», США

Властям Азербайджана необходимо развивать и укреплять демократию в стране, что поможет усилить американо-азербайджанское партнерство. А американские руководители должны содействовать корпорациям США, инвестирующим свои средства в энергетические и иные отрасли Азербайджана. Эти усилия помогут дальнейшему развитию экономических отношений между двумя странами.

Крепкие взаимоотношения между Азербайджаном и Соединенными Штатами очень важны для национальной и энергетической безопасности обеих стран. Эти страны должны понять важность такого сотрудничества и принять меры для дальнейшего укрепления двусторонних отношений.

В Азербайджане проживают сотни разных национальностей. Эти этнические группы живут на азербайджанской земле в гармонии на протяжении веков. Это одна из тех стран, где мирно соседствуют мечети, церкви и синагоги. После 1996 г. правительство Азербайджана восстановило две синагоги, разрушенные советской властью. Соединенные Штаты считают себя одной из самых толерантных стран в мире по отношению к различным религиям и этническим группам. Религиозная и этническая терпимость азербайджанцев и американцев может послужить примером для многих стран. У США и Азербайджана общие ценности в вопросах толерантности, что облегчает сотрудничество и взаимодействие на уровне правительств и отдельных граждан.

Тесные отношения между США и Азербайджаном были установлены с подписанием «контракта века», который предусматривает участие заключивших его компаний в разработке азербайджанских нефтяных месторождений. Американские нефтяные компании получили самую крупную долю в этом контракте: АМОСО досталось 17%, Pennzoil – 9,8%, а McDermott – 2,4%.

Получив колоссальные инвестиции от США и других западных стран, Азербайджан добился быстрого роста ВВП. В период с 2002 по 2008 г. темпы роста душевого ВВП увеличились с 7,3 до 15,5%. Импорт в Азербайджан в 2006 г. был выше, чем в таких странах, как Армения, Турция, Болгария и

Румыния. Бедность с 2001 по 2004 г. снизилась с 49 до 40%. Мы наблюдаем существенные изменения и в 2009 г., когда бедность снизилась до 11%. Мы также видим определенный прогресс в темпах инфляции, которые в период с 2008 по 2009 г. сократились с 20,8 до 1,5%.

Важно отметить, что ключевую роль в улучшении двусторонних отношений между двумя странами сыграли инвестиции американских корпораций в нефтяной сектор Азербайджана. При администрации Клинтона интерес США к региону начал усиливаться. Особенно это касалось Азербайджана, что объясняется его энергоресурсами. Администрация Клинтона проявила к этой стране исключительный интерес, когда Соединенные Штаты официально подписали с Азербайджаном инвестиционный контракт на 10 млрд долл. по разработке его нефтяных месторождений.

Теракты 11 сентября вывели сотрудничество между двумя странами на более высокий уровень. Азербайджан одним из первых выразил США безоговорочную поддержку в войне с терроризмом, предоставив свое воздушное пространство для проведения в Афганистане операции «Несокрушимая свобода». Азербайджан также стал первой мусульманской страной, направившей свои войска служить плечом к плечу с американскими военнослужащими в Ираке. В 1994 г. Азербайджан присоединился к программе НАТО «Партнерство во имя мира», что помогло углубить американо-азербайджанское военное сотрудничество. Администрация Буша сосредоточилась в основном на военном сотрудничестве, поскольку США и Азербайджан подписали в 2002 г. соглашение по этому вопросу.



### Азербайджан в цифрах

Площадь, тыс. кв. км	86,6
Население, млн чел.	8,3
ВВП, млрд. долл.	86,0
ВВП на душу нас., тыс. долл.	10,4
Добыча нефти, млн барр./сут.	1,0
Добыча газа, млрд долл.	23
Экспорт, млрд долл.	13,2
Импорт, млрд долл.	5,4



После прихода к власти администрации Обамы интерес США к Азербайджану начал угасать. Так, Соединенные Штаты не пригласили азербайджанского президента на ядерный саммит в Вашингтон, который состоялся в апреле 2010 г., хотя армянские и грузинские официальные лица в нем участвовали. Другим показателем ослабления двухсторонних отношений стал тот факт, что США в течение года не назначали своего посла в эту страну, и его нет там и сегодня. В мае 2010 г. Белый дом назначил послом США в Азербайджане Мэтью Брайзу. Армянское лобби в США попыталось воспрепятствовать данному назначению, обвинив Брайза в близких отношениях с азербайджанским правительством. Спустя год Брайза покинул Азербайджан, поскольку Сенат США не утвердил его в этой должности.

Геополитическое положение Азербайджана (он находится между Россией и Ираном) делает эту страну важной для интересов национальной безопасности США. В то же время быстро развивающаяся азербайджанская экономика и энергетические проекты, такие как Транскавказский газопровод, который исключительно важен для энергетической безопасности Европы, превращают Азербайджан в важного регионального игрока. Поддержка США очень существенна для будущих политических и экономических успехов Азербайджана. Властям Азербайджана необходимо развивать и укреплять демократию в стране, что поможет усилить американо-азербайджанское партнерство. Стратегам этой страны надо найти пути повышения привлекательности Азербайджана для прямых иностранных инвестиций, что поможет увеличить вложения капитала американских корпораций. Точно так же азербайджанскому государству

и негосударственным организациям следует информировать американских официальных лиц и народ этой страны о важности Азербайджана для национальной и энергетической безопасности США. Такие усилия со стороны Азербайджана помогут развитию двухсторонних отношений между этими странами.

С другой стороны, правительство США должно назначить и утвердить в должности своего посла в Азербайджане. Это станет отправной точкой для укрепления отношений между двумя государствами. Американскому правительству также необходимо усилить поддержку таких проектов, как Nabucco и Транскавказский газопровод, которые важны для энергетической безопасности Европы. Американские руководители должны содействовать корпорациям США, инвестирующим свои средства в энергетические и иные отрасли Азербайджана. Эти усилия помогут дальнейшему развитию экономических отношений между двумя странами. Следующей американской администрации также необходимо развивать военное сотрудничество с Азербайджаном, что очень важно для национальной безопасности двух стран и для мира на Кавказе и в Центральной Азии.

*Галиб Маммадов – независимый исследователь и писатель. Выпускник юридического факультета Бакинского государственного университета, магистр гуманитарных наук университета им. Вашингтона в Сент-Льюисе.*



## Почему в России относительно легко стать миллиардером

*Русская служба Би-Би-Си, Великобритания*

В юбилейном, 25-м, ежегодном списке самых богатых людей мира, по версии журнала Forbes, Россия занимает второе место в мире по числу миллиардеров, уступая лишь США – бессменному лидеру списка на протяжении четверти века.

Согласно последним данным, в России проживают 96 человек, состояние которых превышает 1 млрд долл. В прошлом году журнал Forbes насчитал только в Москве 79 миллиардеров. По этому показателю Россия обошла даже Китай – вторую экономику мира. При том, что по объему ВВП Россия отстает от Китая примерно в 4,5 раза, а по численности населения – почти в 10 раз.

При этом в общей сложности состояние китайских миллиардеров едва превышает 4% ВВП страны. Если сложить состояние российских «членов клуба» Forbes, получится сумма, составляющая более 20% стоимости всех производимых в стране товаров и услуг.

И вот по этому показателю Россия уверенно лидирует в списке, оставив далеко позади даже США. По словам главного экономиста банка Credit Suisse по России и странам СНГ Сергея Волобова, это объясняется, в первую очередь, общей моделью экономического развития России в последние два десятилетия, а также «плоской» шкалой налогообложения, в результате чего большая часть заработанных денег не уходит в бюджет, а остается в распоряжении бизнесменов.

Только в первой сотне Forbes – 13 россиян. Для сравнения, там же можно встретить трех бразильцев, одного китайца (Робин Ли, владелец поисковика Baidu), одного украинца (угольный магнат Ринат Ахметов) и пятерых индийцев. При этом многих российских миллиардеров отличает относительная неизвестность на родине. Если имена Алишера Усманова, Вагита Алекперова или Романа Абрамовича более или менее на слуху благодаря их участию в общественной или

спортивной жизни, то вряд ли кто-то из рядовых россиян слышал о Дмитрие Рыболовлеве (состояние – 9 млрд долл.), Андрее Мельниченко (10,8 млрд), Леониде Михельсоне (11,9 млрд) или даже Алексее Мордашове и Владимире Лисине (15,3 и 15,9 млрд долл. соответственно).

Количество миллиардеров в России год от года продолжает расти, несмотря на все разговоры о неблагоприятном экономическом климате и крайне низкие позиции страны в мировых рейтингах, оценивающих условия для ведения бизнеса.

«Теоретически, за счет роста цен на основные товары или акции, которыми владеют крупные бизнесмены, можно какое-то время обходиться без серьезных инвестиций», – считает Сергей Волобоев, признавая, что инвестиционный климат остается в России серьезной проблемой.

В прошлом году отток капитала из России составил 85 млрд долл. Еще 20 млрд долл. было выведено только за два месяца текущего года.

«Это тревожный сигнал, но он не нов, – поясняет эксперт. – Это показатель того, что экономика не в состоянии абсорбировать средства, которые Россия получает от большого профицита во внешней торговле».

При этом следует отметить, что далеко не все российские миллиардеры занимают экспорт природных ресурсов. Значительный рост по сравнению с прошлым годом показали сферы розничной торговли, телекоммуникаций и пр. И это неудивительно, считает главный экономист Credit Suisse: «Конечно, трудно соперничать с нефтью и металлами, однако эти сектора более гибкие и позволяют появляться на рынке новым игрокам, не обладающим существенным стартовым капиталом. Кроме того, государство значительно менее пристально следит за ситуацией в этих отраслях, и удачливые участ-

Если сложить вместе состояние российских миллиардеров из списка Forbes, получится сумма, составляющая более 20% ВВП, т. е. стоимости всех производимых в стране товаров и услуг. По этому показателю Россия обошла США, Китай и другие страны.

ники рынка могут значительно легче захватить в нем нишу».

То, что именно в России сосредоточены самые крупные состояния, если сравнивать их с ВВП страны, объясняется, в первую очередь, историческими причинами. А именно тем, как была проведена приватизация в 1990-х.

«Модель экономического развития России с самого начала способствовала ускоренному переходу от государственной собственности к небольшому количеству крупных внутренних инвесторов», – напоминает Волобоев.

После кризиса 1998 г. эта модель развития была поставлена под вопрос, в ней сменились многие игроки – в основном за счет банкротства банков, но кардинально ничего не изменилось. Система и по сей день остается той же: самые крупные капиталы, сформировавшиеся 15–20 лет назад, остаются в руках все тех же собственников или их бизнес-партнеров. И продолжают расти.

В значительной степени этому способствует отсутствие так называемой прогрессивной шкалы налогообложения. Если в европейских странах или в США доля налогов, по-

#### Миллиардеры США, стран БРИК и бывшего СССР

Страна	Число миллиардеров	Общее состояние, млрд долл.	ВВП, млрд долл.	Доля в ВВП, %
Россия	96	377,6	1885	20,03
Украина	8	31,1	163	19,08
Индия	48	262,3	1843	14,22
США	425	1782,0	15060	11,83
Бразилия	36	151,0	2518	6,0
Казахстан	3	7,8	180	4,33
Китай	95	294,3	6989	4,21

ступающих в бюджет, увеличивается вместе с ростом доходов, то в России по-прежнему действует «плоский» подоходный налог. Миллиардеры отчисляют государству 13% своих поступлений – столько же, сколько их сотрудники, в том числе и получающие минимальную зарплату.

«Правительство продолжает содействовать крупным предпринимателям, несмотря на растущее в стране социальное неравенство», – подчеркивает эксперт. Ровно то же самое происходит и на Украине. «Понятно, что в Норвегии, например, такая ситуация невозможна», – добавляет Волобоев.

Что касается Китая, то там, по словам экономиста Credit Suisse, «политическое руководство не заинтересовано в создании крупных частных холдингов». Кроме того, в КНР не было аналогов российской ваучерной приватизации, рост капиталов шел постепенно, поэтому, в отличие от России, практически все современные крупные китайские состояния созданы с нуля. ■

# la Repubblica

## Золотой век газа, в котором «Газпром» будет править бал

«Република», Италия

Надежда и приговор. Природный газ будет основой мирового производства энергии в будущем двадцатилетии. На этом рынке, особенно в Европе, доминирует российский «Газпром». Несмотря на все усилия Брюсселя, эту картину изменить не удастся.

Мир энергетики за последние четыре года испытал много поворотов: в воспоминаниях осталось непрерывное увеличение потребления, которое наблюдалось вплоть до 2007 г., там же осталась и надежда на переход на возобновляемые источники энергии из-за общего снижения субсидий, выделяемых на их развитие. После катастрофы в Фукусиме использование атомной энергии кажется договором с дьяволом, который все меньше государств склонны заключать.

Единственные позитивные новости приходят из газового сектора: геологические открытия, технологическая эволюция и финансовый выбор делают его все более надежным наследником нефти. Цена на черное золото отныне становится независимой переменной. Европа пребывает в состоянии рецессии, возобновление экономического роста в остальной части мира стоит под вопросом, а цена за баррель нефти поддерживается на уровне выше 100 долл. Импорт самого большого потребителя в мире США стоит на минимальной отметке с 1999 г. – ниже 9 млн баррелей в день. Теперь котировки определяются не спросом, а стоимостью поиска новых залежей и поддержанием производства на сегодняшнем уровне.

А запасы газа растут благодаря сланцевому газу. Уже давно геологи знали, что некоторые формирования пород содержат газ, но только в последние 10 лет разработка такой техники, как гидроразрыв пласта и гори-

В предстоящие десятилетия основой мирового производства энергии останется газ. Несмотря на все усилия Брюсселя, эту картину изменить не удастся, а значит «Газпром» будет продолжать диктовать свои условия.



горизонтальное бурение, позволили реализовать настоящие «газовые шахты». Практически в породе под большим давлением закачивается вода, которая разрывает эти породы и освобождает молекулы метана. Самые большие залежи находятся в США, где за 10 лет производство выросло с нуля до 142 млн куб. м в год. Таким образом, инвестиции, которые до сих пор были сконцентрированы на строительстве регазификаторов для импортного газа, теперь перенаправляются в сторону нового природного ресурса. Постоянный пересмотр оценки резервов Администрацией энергетической информации, которая является техническим помощником Министерства энергетики, говорят о перспективе потребления на высоком уровне в ближайшие 40 лет. Сколько из этого подземного наследия будет действительно реализовано, зависит в особенности от политического выбора, так как сланцевый газ вовсе не является манной небесной, использование которой не затрагивает окружающую среду. В воду, нужную для разрыва пласта, добавляют сотни химических веществ, потом она загрязняет сельскохозяйственные угодья, проникает в водоносные пласты, часто приносит с собой часть освобожденного метана. Потом эта вода течет из кранов жилищ, расположенных по соседству с разработками. Движения, которые выступают против использования сланцевого газа, уже давно заявляют о связи гидроразрывов пласта с учащением землетрясений.

Слабое эхо этих дебатов отдается в другой земле обетованной сланцевого газа – в Китае. Если это будет подтверждено, запасы в 25 млрд куб. м смогут гарантировать Китаю еще 200 лет национального потребления на нынешнем уровне и достойную альтернативу углю.

Европа практически остается за бортом, сланцевого газа не так много в Старом Свете, и состояние окружающей среды воспрепятствовало гонке инвестиций. Но все же

эффект может быть разрушительным: применение директивы об ограничении выбросов углекислого газа и отказ от использования атомных электростанций со стороны Германии повысят нужду ЕС в природном газе, особенно необходимым в производстве электроэнергии.

«Газпром» готов пожать плоды этой революции. Брюссель поддерживает всеми способами поиск альтернативы российскому снабжению. В 2001 г. 47% всего газа доставлялось из России, сейчас мы спустились до 35%, но с падением внутреннего производства (от Северного моря до Италии) импорт повысится с 550 млрд до более 710 млрд куб. м в год за трехлетний период, 80% добавочного газа будет поставляться из необъятных запасов сибирских месторождений, что вернет нас на уровень, который был достигнут 10 лет назад.

Секрет «Газпрома» – «дипломатия трубы». Тысячи километров газопроводов создают практически нерасторжимые отношения между поставщиком и потребителем. Гарантия снабжения в обмен на фиксированные цены – вот какой договор предлагают русские колеблющейся Европе, которая мечтает о прозрачном и динамичном энергетическом рынке, где царит конкуренция. Если трудности доставки через Украину пошатнули этот договор, то сейчас «Газпром» готовится сжать «тиски». В этом году через «Северный поток» поступит в Германию по дну Балтийского моря 27 млрд куб. м газа.

Директор «Газпрома» Алексей Миллер провел кампанию на Балканах, прокладывая дорогу «Южному потоку», мегагазопроводу, который должен быть проложен по дну Черного моря и пройти через территории Болгарии, Сербии и Словении. Потом Газпром выложил на чашу весов 2 млрд евро, чтобы перекупить у греческого правительства транспортные компании и фирмы по производству углеводородов и «спрямить» дорожку к побережью Адриатики и доверенным партнерам из Eni. ■

## Ориентация на БРИК в 2012

«Форбс», США

Инвесторы, понесшие ущерб от кризиса, царившего на рынках в прошлом году, с радостью наблюдают воодушевляющую тенденцию, когда многие из наихудших видов активов взлетели в новом году до весьма значительных показателей по сравнению с 2011 г. Именно это произошло с развивающимися рынками.

Многие инвесторы, возможно, интересуются, как долго еще будут расти эти рынки в 2012 г. Есть фундаментальное обоснование текущей активности после спада на развивающихся рынках и многие долговременные факторы, благодаря которым происходит продолжительный рост в более долгосрочной перспективе.

Развивающиеся рынки понесли большой ущерб в прошлом году в связи с сочетанием нескольких факторов. В начале года инфляция поднялась во многих развивающихся странах, предпосылкой чего изначально стали растущие цены на товары. Некоторые центробанки (наиболее значительными в данном контексте являются банки Китая) стали повышать процентные ставки в попытке оказать сопротивление высокой инфляции.

В III квартале участники рынка были поглощены европейским долговым кризисом, и общая тенденция выразилась в политике избежания рисков. Доллар значительно укрепился по отношению ко многим валютам развивающихся рынков, увеличивая волатильность и способствуя дальнейшему спаду.

Ситуация значительно улучшилась за последние несколько месяцев. Циклы ужесточения денежно-кредитной политики позволили ослабить напряжение во многих развивающихся странах, и их денежные единицы укрепились по отношению к американскому доллару.

В еврозоне кризис все еще диктует заголовки газет, и рейтинговые агентства продолжают снижать рейтинги государственного дол-

га по региону. На развивающихся рынках, напротив, долговые рейтинги повышаются, в некоторых случаях требуя обновлений до статуса категории капиталовложений, благодаря более низкой долговой нагрузке и достаточным резервам.

Если смотреть на более долгосрочные перспективы, общая тенденция по развивающимся рынкам поддерживается несколькими многообещающими долговременными факторами, которые способствуют их росту. Страны БРИК (Бразилия, Россия, Индия и Китай) демонстрируют успешные демографические показатели. Растущий средний класс с повышающимся уровнем дохода в сочетании с быстрой урбанизацией будет способствовать крупным инвестициям в инфраструктуру и продолжит способствовать росту строительной отрасли и отрасли недвижимости.

Мир капитала на развивающихся рынках сильно расширился со временем. Он вырос из маленького класса активов, состоящего по большей части из финансовых услуг и энергетических компаний, в разносторонний список компаний мирового класса. Даже учитывая значительный приток денежных средств за последнее десятилетие в сегмент развивающихся рынков, он продолжает оставаться недопредставленным: общие инвестиции в долевыми и долговые ценные бумаги развивающихся рынков составляют менее 10% от мирового портфеля активов. При этом доля в мировом ВВП развивающихся рынков готова превысить общий ВВП развитых стран.

*Давид Кудла – председатель правления и главный стратег по инвестициям в Mainstay Capital Management, независимой зарегистрированной компании – консультанта по инвестициям.*

В отличие от европейских стран, долговые рейтинги развивающихся рынков, напротив, повышаются. В некоторых случаях, благодаря более низкой долговой нагрузке и достаточным резервам, они уже могут претендовать на статус капиталовложений.



## Нефть за 200 долларов и союз Москвы с Пекином

«Форин полиси», США

Все мировые рецессии последних 40 лет были вызваны геополитической встряской на Ближнем Востоке, которая приводила к повышению цен на нефть. Если начнутся события в Иране, цены на нефть могут достичь 170–200 долл. за баррель, а это приведет не только к американской, но и к мировой рецессии.

Все смешалось в эти дни. Кажется, будто Европа остановила свое падение в пропасть, а экономика США начала подтягиваться. Но на фоне всеобщего согласия на тему того, что война с Ираном маячит на горизонте, а также в условиях недавнего возвращения Путина в Кремль, геополитический хаос ждет нас просто за углом. Журнал Foreign Policy вновь обратился к Нуриэлю Рубини, который всегда готов выдать порцию мрачных предсказаний, и Иэну Бреммеру для того, чтобы понять эти тикающие часовые бомбы. И они не заставили себя упрашивать.

На вопрос о последствиях войны в Иране Рубини упомянул «длительный период цены на нефть в 170–200 долл. за баррель» и предупредил о последствиях, отметив, что «последние три крупные мировые рецессии... все были вызваны геополитическим шоком на Ближнем Востоке, который приводил к повышению цен на нефть». Но Бреммер не разделяет военных настроений: «Администрация Обамы не хочет начинать военные удары против Ирана, уверен на все 100%, что они будут сопротивляться этому до выборов».

Когда речь зашла о метафорах, прогнозисты не разочаровали: Рубини продолжает предсказывать темное будущее Европе, описывая его как «крушение поезда в замедленной съемке», в то время как Бреммер видит китайскую экономику как машину, несущуюся по трассе... «Проблема в том, что скоро будет поворот, а знаков, указывающих на это, нет». Но настоящий сюрприз был преподнесен в конце разговора, когда Рубини и Бреммер высказали обеспокоенность тем, что нестабильность в Москве и Пекине может объединить Россию и Китай, но это может оказаться и тем случаем, когда врагов стоит держать поближе, а вовсе не признаком дружбы.

**Foreign Policy:** Данные о рабочих местах за февраль опубликованы, третий месяц подряд показатель – больше 200 тыс. человек, показатель безработицы не меняется. Являются ли эти цифры зелеными ростками экономического восстановления?

**Нуриэль Рубини:** На мой взгляд, экономические данные смешаны. Конечно, 200 тыс. рабочих мест в месяц вместо 100 тыс. – это позитивный знак. Но некоторые данные сигнализируют о том, что нужно быть осторожными. Например, три месяца подряд уровень реальных потребительских расходов не менялся. Заказы на товары длительного пользования – показатель капиталовложения корпоративного сектора – резко сократились в январе после того, как закончились налоговые льготы в конце прошлого года. Строительство продолжает оставаться на низком уровне. Стоимость жилья продолжает падать. Поэтому, если посмотреть на макропредложение, данные выглядят лучше. Но показатели спроса, будь то потребление, жилье или чистый экспорт, свидетельствуют о том, что еще есть слабые места.

На мой взгляд, экономический рост будет мягким, вялым и ниже среднего уровня. Думаю, побочный риск рецессии, зависящий от внешнего воздействия, например беспорядков в еврозоне, нефти или Китая, сейчас гораздо ниже, чем полгода назад. Но думаю, что показатели не совпадают с общепринятым мнением о том, что в ближайший год экономика начнет расти на 3% или больше.

В этом году стоит ожидать роста в 2%.

**Иэн Бреммер:** С моей точки зрения – этим я не возражаю Нуриэлю, – мы, говоря в общем, в 2012 г. вошли в эпоху «пост-9/11». Мы больше не гонимся за бен Ладеном или «Аль-Кайдой». Мы вышли из Ирака, уходим из Афганистана, входим в посткризисный период. Действительно, с 2008 г. что-то постоянно случается. Мы больше не верим в то, что значительный шок может откинуть мир обратно в рецессию. Это отчасти так в свете укрепления экономических показателей США. Нуриэль прав, это не такие уж радужные цифры, это – еще не полное выздоровление, которое могло бы вернуть мировую экономику к показателям, которые мы видели до кризиса, но обстановка сильно изменилась за последние четыре года.

Это очень важно, чтобы вернуть доверие потребителей, а также чтобы дать директорам



компаний знать, что они могут начать тратить те крупные суммы наличности, которая осталась в тени. Не хочу сказать, что они полны энтузиазма, но они меньше боятся в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

Это абсолютно ясно и в Европе, где всего шесть месяцев назад люди говорили: «О боже, если я не знаю, как это оценить, существует вероятность того, что евро просто развалится». Они об этом теперь не волнуются. С этой точки зрения, макрообстановка сейчас гораздо лучше, чем раньше.

**FR: Иэн, в какой степени это стало результатом того, что Европа смогла выступить единым политическим фронтом, смогла договориться по поводу спасения Греции, успокоить страхи о крупном дефолте?**

**ИБ:** Думаю, дело в трех вещах. Во-первых, показатели США выше тех, о которых многие говорили полгода или год назад. Второй аспект – это Европа, которая играет большую роль, и речь идет не только о сборе двух немаленьких пакетов финансовой помощи для греков. Речь идет о приверженности к экономии, улучшенном руководстве в Испании, Португалии и Италии, особенно в Италии с ее новым лидером Марио Монти. Но третий, крайне важный, аспект заключается в том, что за последние полгода у нас не случилось еще одной Фукусимы, Северная Корея не взорвала бомбу, с Ираном не было войны. С геополитической точки зрения, последние несколько месяцев американского восстановления не сопровождались настоящими жуткими внешними потрясениями.

**НР:** Согласен, что побочный риск внешнего дефолта или выхода Греции из еврозоны снизился. Но периферийная рецессия не улучшится, и рынки рано или поздно начнут вновь нервничать. Риск коллапса Южной Европы снизился, но ситуация все еще продолжает напоминать «крушение поезда в замедленной съемке».

**FR: Нуриэль, каков самый неблагоприятный экономический прогноз в том случае, если Израиль нападет на Иран?**

**НР:** Худший вариант развития событий – затяжной конфликт. Если будут затронуты поставки нефти и газа из Персидского залива, а производство и экспорт из Ирана на некоторое время упадут до нуля, цены на нефть могут достичь 170–200 долл. за баррель.

Реальность состоит в том, что, если подумать о трех последних мировых рецессиях, они все были вызваны геополитической встряской на Ближнем Востоке, которая приводила к повышению цен. Война Судного дня в 1973 г. привела к мировой рецессии с 1974 по 1979 г.; иранская революция 1979 г. привела к росту цен на нефть и рецессии 1980–1982 гг.; даже в 1990-м иракское вторжение в Кувейт вызвало временное повышение цен, которое, среди прочих факторов, привело к американскому и мировому кризису.

Поэтому, если конфликт будет жестким и затяжным, а повышение цен на нефть – значительным, я думаю, уместно говорить о том, что это будет не только американская рецессия, а мировая. И на этот раз мы еще только выходим из мирового финансового кризиса, с огромным количеством государственных и частных долгов в развитых экономиках, чего не было в 1973, или 1979, или 1990 гг.

Поэтому мировая экономика не сможет пережить затяжной нефтяной шок в то время, когда она уже переживает болезненный процесс снижения долгов, с хрупким бюджетным балансом как у правительств, так и у частного сектора.

*Иэн Бреммер – президент консалтинговой компании Eurasia Group, автор книги «Конец свободного рынка: кто выиграет войну между государствами и корпорациями?», Нуриэль Рубини – председатель Совета директоров аналитической компании Roubini Global Economics, профессор в Школе бизнеса Стерн при Нью-Йоркском университете.*



## Почему прагматизм важнее прически, или Кто такая фрау Меркель

«Дойче велле», Германия



Ангелу Меркель раньше считали примером политика, который ни за что не сможет добраться до самых высот: невыразительное лицо, нелепая стрижка и тоскливый гардероб. Вроде никаких шансов. А она смогла, преодолев стереотипы.

В послевоенной истории Германии еще не было, кажется, ни одного политика, которого недооценивали бы так сильно, как дочь пастора из восточногерманской провинции Ангелу Меркель. Нефотогеничная, лишённая харизмы и выдающихся ораторских способностей. Несмотря на все это, она уверенно управляет одной из ведущих экономик мира, держа под контролем свою партию и коалиционное правительство. В Германии часто задаются вопросом, как ей это удается.

В школе она обратила на себя внимание благодаря успехам в математике и русском языке. Учась на физфаке Лейпцигского университета, познакомилась с сокурсником Ульрихом Меркелем и вышла за него замуж. Брак быстро распался, но фамилию она сохранила. Уже в молодости сверстники отмечали ее способность налаживать контакты с разными людьми, внимательно выслушивать всех, но не торопиться с выводами. «Я точно не из тех, кто спонтанно принимает решения», – сказала однажды канцлер Германии.

В политику Ангела Меркель пришла в 35 лет и стала очень быстро идти вверх по карьерной лестнице – с того момента, как была представлена тогдашнему канцлеру ФРГ Гельмуту Колю в качестве кандидата на должность федерального министра по делам женщин и молодежи. Тогда поговаривали, что она получила это место только потому, что была «молодой, женщиной и из Восточной Германии». В 1991 г. началось продвижение и по партийной линии: Коля ставит Меркель на должность своего заместителя в Христианско-демократическом союзе (ХДС).

В 1994 г., став министром по делам окружающей среды, Меркель обратила на себя внимание, уволив своего заместителя, оставшегося ей от предыдущего руководителя. В прессе тогда впервые заговорили об уверенности в себе «девочки Коля». Еще пару лет назад мало знакомая с тем, как работают политические механизмы в ФРГ, она показала себя довольно жестким игроком в политическом истеблишменте, где доминируют мужчины.

Уход Гельмута Коля из политики, вызванный скандалом вокруг нелегальных схем финансирования ХДС, Ангела Меркель использовала как шанс выйти на первые роли. В 2000 г. ее избирают председателем партии. Ее усердие, оптимизм и трудолюбие вселили в простых партийцев надежду на то, что именно она сможет вывести партию из глубокого кризиса. На выборах в бундестаг 2005 г. Меркель удалось стать главным кандидатом от ХДС. По итогам голосования она, несмотря на необходимость войти в коалицию с социал-демократами, стала канцлером Германии.

И вот уже 12 лет Ангела Меркель руководит христианскими демократами и семь лет работает канцлером ФРГ. За это время ей удалось либо вывести из игры всех своих внутрипартийных конкурентов-мужчин, либо встроить их в свою систему. И все это – тихо, без скандалов. «Она переставляет фигурки на шахматной доске так, чтобы никто не был для нее опасным», – говорит ее биограф, журналистка Жаклин Бойсен.

С начала финансового кризиса 2008 г. канцлер Меркель все больше играет на международной арене роль кризисного менеджера. Конечно, в Греции ее не любят, но большинство в Евросоюзе поддерживают ее действия, направленные на выход из кризиса и спасение еврозоны. При этом канцлеру ФРГ куда важнее успех дела, а не ее имидж, говорит давний соратник по партии Ханс-Герт Пёттеринг, занимавший в свое время пост председателя Европарламента.

О прагматизме Ангелы Меркель ходят легенды. «Она принимает решения на основании цифр, данных и фактов, легко забывая об идеологических установках своей партии, если аргументы говорят в пользу какого-либо шага», – говорит Жаклин Бойсен. Возможно, самый известный пример прагматичной политики Меркель – это выводы, сделанные из аварии на японской АЭС «Фукусима». Бывшая сторонница атомной энергии, канцлер быстро превратилась в ее противницу, и вот уже Германия постепенно закрывает свои атомные электростанции. И хотя многие партийцы не считают ее «душой» Христианско-демократического союза и упрекают в отходе от идеалов партии, нельзя сказать, что прагматизм бывшей «девочки Коля», давно превратившейся в «мамочку» (так сейчас называют ее за глаза), когда-либо ей сильно вредил. ■

В послевоенной истории Германии еще не было, кажется, ни одного политика, которого поначалу недооценили бы так сильно, как дочь пастора из восточногерманской провинции.

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



## Календарь выставок МВЦ «Крокус Экспо», 2012 г.

### МАЙ

15–19 мая, пав. 3, залы 13, 14, 15  
МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕБЕЛЬНЫЙ САЛОН  
Организаторы: «Медиа Глоб», МВЦ «Крокус Экспо»

17–19 мая, пав. 1, зал 4  
Международная выставка вертолетной индустрии HELIRUSSIA-2012  
Организатор: «Русские Вертолетные Системы»

18–20 мая, пав. 1, зал 1  
Молодежный интерактивный выставочный шоу-проект  
TRENDSHOW MOSCOW  
Организатор: Business Media Russia

19–20 мая, пав. 1, зал 2  
Выставка-продажа щенков всех пород «БЭСТИКИ-ШОУ»  
Организатор: Клуб объединённых питомников «БЭСТИКИ»

29 мая – 2 июня, пав. 1, 2, залы 1, 2, 3, 4, 6, 7  
13-я международная специализированная выставка  
«СТРОИТЕЛЬНАЯ ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ»  
Организатор: «Медиа Глоб»

### ИЮНЬ

4–7 июня, пав. 3, зал 15  
Международная специализированная выставка обуви, сумок  
и аксессуаров «МОСШУЗ-2012»  
Организатор: «МосШуз»

5–8 июня, пав. 3, залы 13, 14  
Международный водный форум  
«ЭКВАТЭК-2012 (ВОДА: ЭКОЛОГИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ)»  
7-я международная выставка «СИТИПАЙП-2012  
(ИНЖЕНЕРНЫЕ СИСТЕМЫ КОММУНАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ)»  
Выставка и конференция по бестраншейным технологиям  
«NO-DIG MOSCOW»  
Международная выставка  
«БВ-ШОУ (БУТИЛИРОВАНИЕ И БУТИЛИРОВАННЫЕ ВОДЫ)»  
Организатор: «СИБИКО Интернэшнл»

8–10 июня, пав. 1, 2, залы 1, 2, 5, 6  
МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ ПИВА-2012  
Организатор: «Аллегро»

18–21 июня, пав. 1, зал 4  
7-я международная специализированная выставка  
«ROSMOULD / ФОРМЫ. ПРЕСС-ФОРМЫ. ШТАМПЫ»  
3-я международная специализированная выставка сырья,  
оборудования и технологий для производства изделий из  
пластмасс «РОСПЛАСТ. ПЛАСТМАССЫ. ОБОРУДОВАНИЕ. ИЗДЕЛИЯ»  
Организатор: «ЭКСПО-М-ГРУПП»

19–22 июня, пав. 2, залы 7, 8  
13-я международная выставка «ЭКСПОКАМЕНЬ»  
Организатор: «Экспострой»

### АВГУСТ

28–31 августа, пав. 1, 2, залы 1, 2, 3, 4, 9  
8-я международная выставка «ИНТЕРАВТО»  
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

29 августа – 9 сентября, пав. 2, 3, залы 5, 6, 7, 8, 13, 14, 15  
МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ АВТОМОБИЛЬНЫЙ САЛОН-2012  
Организаторы: МВЦ «Крокус Экспо», НП «Объединение  
автопроизводителей России»

### СЕНТЯБРЬ

5–8 сентября, пав. 1, залы 1, 4  
Международная специализированная выставка  
«AUTOTRANS'2012 – ГРУЗОВИКИ/АВТОБУСЫ/СПЕЦТЕХНИКА»  
Организатор: «Медиа Глоб – Ганновер Экспо»

10–13 сентября, пав. 1, залы 2, 3  
Международная выставка цветов, растений, техники и технологий  
для цветоводства и ландшафтного дизайна «ЦВЕТЫ ЭКСПО-2012»  
Организаторы: «ГринЭкспо», МВЦ «Крокус Экспо»

17–20 сентября, пав. 2, залы 7, 8  
Московский международный стоматологический форум и выставка  
«ДЕНТАЛ-ЭКСПО-2012»  
Организатор: ДЕ-5

17–20 сентября, пав. 3, залы 15  
9-я международная специализированная выставка  
«ОЧКОВАЯ ОПТИКА»  
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

18–20 сентября, пав. 2, зал 9  
22-я специализированная выставка индустрии рекламных  
сувениров, бизнес-подарков и материалов для промоушн

«IPSA РЕКЛАМНЫЕ СУВЕНИРЫ. ОСЕНЬ»  
Организатор: «ИПСА Рекламные сувениры»

18–20 сентября, пав. 2, зал 5  
17-я международная специализированная выставка канцелярских  
и офисных товаров «СКРЕПКА ЭКСПО. ОСЕНЬ»  
Организатор: «Скрепка Экспо Проект»

18–20 сентября, пав. 3, зал 20  
13-я международная выставка и конференция по вопросам  
управления персоналом HR&TRAININGS EXPO  
Организатор: «Амплуа»

18–21 сентября, пав. 2, залы 10, 11  
Международная специализированная выставка хозяйственных  
товаров, посуды и товаров для дома HOUSEHOLD EXPO-2012  
Организатор: «МОККА Экспо Групп»

19–21 сентября  
Пав. 1, залы 1, 2, 3, 4  
8-я международная выставка по деловому туризму и  
корпоративным мероприятиям MIBEXPO RUSSIA-2012  
19–22 сентября  
18-я международная туристская выставка «ОТДЫХ / LEISURE»  
7-я международная выставка эксклюзивного туризма  
LUXURY LEISURE  
Организатор: «Евроэкспо»

24–27 сентября, пав. 3, залы 17, 18  
Международная специализированная выставка обуви, сумок  
и аксессуаров «МОСШУЗ-2012»  
Организатор: «МосШуз»

25–28 сентября, пав. 3, залы 13, 14, 15  
15-я международная выставка  
«ПИР – ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА»  
Организатор: «ПИР Групп»

25–28 сентября, пав. 2, залы 6, 7  
Международная промышленная выставка ITFM-2012  
Организатор: ITE

25–28 сентября, пав. 1, зал 1  
11-я международная специализированная выставка  
«ПОЖАРНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ XXI ВЕКА»  
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

26–28 сентября, пав. 2, зал 5  
Международная выставка рольставен, ворот, дверей, окон  
и солнцезащитных конструкций R + T RUSSIA-2012  
Организатор: Business Media Russia

26–28 сентября, пав. 2, залы 9, 11  
Международная выставка домашнего текстиля и тканей  
для оформления интерьера HEIMTEXTIL RUSSIA-2012  
Организатор: «Мессе Франкфурт РУС»

26–28 сентября, пав. 2, зал 10  
Международная специализированная выставка  
DOMOTEX RUSSIA 2012  
Организатор: «Дойче Мессе РУС»

27–30 сентября, пав. 1, зал 3  
Выставка антиквариата и старинных автомобилей  
XX ОЛДТАЙМЕР ГАЛЕРЕЯ ИЛЬИ СОРОКИНА  
Организатор: «Олдтаймер»

### ОКТАБРЬ

4–7 октября, пав. 1, залы 2, 3, 4  
Международная специализированная выставка «ИГРОМИР-2012»  
Организатор: Конференция разработчиков компьютерных игр (КРИ)

6–7 октября, пав. 3, залы 18  
14-й международный фестиваль кошек «ЭКСПОКОТ»  
Организатор: «Валта Пет Продактс»

9–10 октября, пав. 3, зал 20  
Российский инновационный образовательный форум  
EduTech RUSSIA-2012  
Организатор: НП «Центр развития современных образовательных  
технологий» (НП ЦРСОТ)

10–13 октября, пав. 3, залы 13, 14, 15  
Международная специализированная выставка сельхозтехники  
«АГРОСАЛОН-2012»  
Организатор: Агентство развития «Союзагрош»

10–13 октября, пав. 2, залы 5, 6, 7, 8  
Международная специализированная выставка  
I SALONI WORLDWIDE MOSCOW-2012  
Организатор: Cosmit S.p.a

# 3 Календарь выставок

10–13 октября, пав. 3, зал 17

8-я международная специализированная выставка «МЕБЕЛЬНЫЙ КЛУБ»

Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

13–14 октября, пав. 2, зал 9

Международная выставка кошек «KOT da VINCI-4»

Организатор: Международный фелинологический центр «Фелис»

15–18 октября, пав. 1, залы 3, 4

3-я международная специализированная выставка-форум «ДОРОГА»

Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

15–18 октября, пав. 1, зал 3

Международная специализированная выставка «СТАНКОСТРОЕНИЕ-2012»

Организатор: Right Solution

22–24 октября, пав. 2, зал 5

МЕЖДУНАРОДНЫЙ АВТОТРАНСПОРТНЫЙ ФОРУМ-2012

Организатор: «Продвижение»

23–25 октября, пав. 2, зал 8

3-й международный форум

«ЭЛЕКТРОСЕТЕВОЙ КОМПЛЕКС. ИННОВАЦИИ. РАЗВИТИЕ»

Организатор: Выставочный павильон «Электрификация», ВВЦ

24–26 октября, пав. 2, зал 7

Всеобластная выставка «ПОДМОСКОВЬЕ-2012»

Организатор: «Экспо-Московия»

24–27 октября, пав. 3, залы 13, 14, 15

19-я международная выставка парфюмерии и косметики InterCHARM

Организатор: Рид-СК

24–27 октября, пав. 3, зал 18

Международная выставка часов-2012

Организатор: Издательство «Часовая литература»

25–28 октября, пав. 1, зал 4

13-я международная выставка «ОХОТА. РЫБАЛКА. ОТДЫХ. ОСЕНЬ»

Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

27 октября–3 ноября, пав. 1, зал 2

Всероссийская ярмарка мёда

Организатор: Союз пчеловодов

31 октября–3 ноября, пав. 2, зал 7

1-я международная специализированная выставка «КЕРАМИКА»

Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

## НОЯБРЬ

8–10 ноября, пав. 1, зал 1

7-я международная специализированная выставка-дегустиция «КАРТА ВИН»

Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

8–10 ноября, пав. 2, зал 5

2-я специализированная выставка «ОГРАЖДЕНИЕ И ЗАЩИТА ПЕРИМЕТРА»

Пав. 2, зал 6

Международная специализированная выставка «ЗЕЛЕНАЯ ЭНЕРГЕТИКА»

Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

8–11 ноября, пав. 2, зал 8

Международная архитектурно-строительная выставка «КРАСИВЫЕ ДОМА-2012»

Организатор: World Expo Group

15–17 ноября, пав. 3, зал 14

1-я московская международная выставка «КОВРЫ»

Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

21–23 ноября, пав. 1, зал 3

12-я всероссийская выставка

«РОССИЙСКИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ И СНАБЖЕНИЕ ВООРУЖЕННЫХ СИЛ»

Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

27–29 ноября, пав. 2, зал 6

9-я международная выставка «СИЛОВАЯ ЭЛЕКТРОНИКА И ЭНЕРГЕТИКА»

Организатор: «Примэкспо», ITE

29 ноября – 1 декабря, пав. 1, зал 4

2-я международная выставка «МИРОВОЙ ОКЕАН»

Организатор: «Русские выставочные системы»

## ДЕКАБРЬ

1–2 декабря, пав. 3, зал 15

Международная выставка кошек «ГРАН-ПРИ ROYAL CANIN-2012»

Организатор: «Экспо-Арт»

11–14 декабря, пав. 3, зал 15

10-я международная специализированная выставка «ОЧКОВАЯ ОПТИКА»

Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

13–15 декабря, пав. 3, зал 13

3-я международная выставка TOP LINE

Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

*В программе выставок возможны изменения и дополнения.*

(495) 727-26-12, (495) 223-42-08  
[www.buildexpo.ru](http://www.buildexpo.ru)

 **BUILDEXPO**  
Генеральный застройщик МВЦ «Крокус Экспо»

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

# PITBULL

**30 МАЯ**

**CROCUS CITY HALL**

PLANET PIT  
WORLD TOUR 2012



**ENERGY 104.2**



[www.crocus-hall.com](http://www.crocus-hall.com)

**ЗАКАЗ БИЛЕТОВ: (499) 55 000 55**



## VEGAS BY CROCUS GROUP. ИННОВАЦИЯ В ИНДУСТРИИ ШОПИНГА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ

Опережая рынок и предложения конкурентов, Crocus Group, компания-девелопер №1 в России\* (общая площадь реализованных объектов более 1,9 млн. м<sup>2</sup>), продолжает развитие концептуальной модели торгово-развлекательных комплексов VEGAS: в декабре 2011 девелопер приступил к строительству VEGAS в Крокус Сити и VEGAS в Кунцево. Окончание строительства – весна 2013.

+7 495 727 26 22, a\_razzhivalova@crocusnet.ru

### VEGAS, 24 км МКАД

Лучший торговый комплекс 2011 по версии CRE. Впервые трехуровневый парк экстремальных аттракционов организован в закрытом пространстве самого большого в России торгового комплекса общей площадью 480 000 м<sup>2</sup>.

### VEGAS, Крокус Сити, 66 км МКАД

283 456 м<sup>2</sup>, прямой выход из метро «Мякинино», прямые переходы в ТК Крокус Сити Молл, Твой Дом, МВЦ Крокус Экспо, Крокус Сити Холл. 5 уровней удивительной архитектуры: Rockefeller Center (каток 700 м<sup>2</sup>), Times Square, Fashion Avenue, кинотеатр-мультиплекс, тематический развлекательно-образовательный парк.

### VEGAS, Кунцево, 56 км МКАД

231 253 м<sup>2</sup>, Gold Street, Ginza, Fashion Avenue, ТК Твой Дом, уникальная зона активного отдыха: скалодром, двухуровневый велодром, парк аттракционов, каток со встроенными цилиндрическими аквариумами, кинотеатр-мультиплекс и рестораны.

\*по версии FORBES