

№4 (58) 2012

Бизнес и Выставки

В НОМЕРЕ:

Ягуар: путь в высшее общество

На Тихоокеанском рубеже

Искусство еды





Достойные решения для вашего дома

МЕБЕЛЬ ОРАНЖЕРЕЯ СВЕТ САНТЕХНИКА ПРЕДМЕТЫ ДЕКОРА

+7 (495) 727-17-17

www.tvoydom.ru

**ТВОЙ
ДОМ**

всё лучшее в нём

24 и 66
КМ МКАД



WorldWide

Непревзойденное Качество Дизайна

Выставка идей для создания интерьера
Из Милана в Москву

10-13 октября 2012

65-66 км МКАД, Крокус Экспо-2, Крокус Сити, м. Мякинино
www.isaloniworldwide.ru

За дополнительной информацией просьба обращаться
по телефону: 8-800-250-57-47

COSMIT



ITALIA



Посольство Италии
Отдел по развитию торгового обмена (И.Ч.Е.)



Бизнес и Выставки

№ 4(58) 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

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

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

Битва за вкус. 6

Искусство еды 8

Ресторанное зазеркалье 14

Бизнес энтузиастов 18

Если ресторан получился – он всегда полон 20

Пойти туда, не знаю куда. 24

ВЫСТАВКИ И РЫНКИ

Выставки, конгрессы, форумы 28

«Крокус Экспо»: день за днем. 30

Ориентиры на будущее. 32

Гонка за экономией 34

Вперед, в прошлое 40

Остатки рая. 44

Цветочное шоу в Челси. 46

ИСТОРИЯ УСПЕХА

Путь в высшее общество. 48



ВЫСТАВОЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

На перекрестье всех путей52

ВЫСТАВОЧНЫЕ И КОНГРЕССНЫЕ ЦЕНТРЫ

Все дороги ведут в Ганновер56

РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА

На Тихоокеанском рубеже.60

Логистика. Таможня. Склад64

ВСЁ НА ПРОДАЖУ

Новости аукционов66

РЫНКИ И ЦЕНЫ63

ДАЙДЖЕСТ69

КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК

Ресторанный и гостиничный бизнес12

Автомобили42

«Крокус Экспо»79



CRISIS



ОТ ИЗДАТЕЛЯ

Социальное и экономическое неравенство в той или иной степени существует везде и всегда. В разных странах эту проблему осознают и решают по-разному.

Нередко приходится слышать, что в преодолении экономического неравенства существенную роль должен играть бизнес, что в этом должна проявляться его социальная ответственность. При этом, однако, упускают из вида, что само существование бизнеса как такового, его свободное развитие являются важным фактором сглаживания социальной напряженности и экономического неравенства – ведь это именно он создает новые рабочие места, обеспечивает занятость населения, выплачивает работникам зарплату, зачастую более высокую, чем на государственных предприятиях. Бизнес производит значительные отчисления в Пенсионный фонд, на социальное и медицинское страхование, ведет благотворительную деятельность.

Социологи давно установили, что реальный прогресс в экономическом и социальном развитии обеспечивают 5–7% наиболее активной части общества. Именно эти люди являются в большинстве случаев руководителями крупных предприятий, собственниками производственных мощностей. Владение такой собственностью означает руководство производственными процессами, запуск и развитие новых перспективных проектов. Все это сопряжено с огромными рисками и ответственностью не только за собственное имущество, но и за судьбы тысяч занятых на предприятиях людей.

Мировой опыт показывает, что невозможно решить проблему экономического неравенства исходя из тезиса «отнять и поделить». История нашей страны показала: решение проблемы бедности путем ликвидации богатых как класса завело в тупик. Бедные в результате подобных решений не становятся богаче.

На самом деле формированием условий, обеспечивающих равные возможности для всех, должно заниматься государство, которое обладает для этого всеми политическими, экономическими, финансовыми и иными инструментами. При этом эффективная борьба с бедностью возможна только путем создания благоприятного климата для свободного развития бизнеса и главное – источников самообеспечения: труда и предпринимательства.

Сведение проблемы экономического неравенства к противоречию между бедными и богатыми надуманно и примитивно. Материальное неравенство людей существует во всех обществах. Задача состоит в том, чтобы создать механизм для нивелирования этого неравенства. Достичь этого возможно через формирование настоящего социального государства, которое способно взять на себя в полной мере заботу о своих гражданах.

Что же касается социальной ответственности бизнеса – ее никто не отрицает. Но она должна состоять не в подмене функций государства, а в его добровольном вкладе в гуманитарные и благотворительные проекты, в ответственном отношении к экологии, в применении ресурсосберегающих технологий и т.д.

Арас АГАЛАРОВ



В июле этого года на 18-луночном гольф-поле Agalarov Golf & Country Club, разработанном американским архитектором Кэлом Олсоном, прошло самое масштабное и престижное состязание для любителей гольфа в нашей стране – открытый чемпионат России по гольфу. В соревнованиях участвовали 80 сильнейших гольфистов-любителей со всей России, а также спортсмены из других стран – Австрии, Аргентины, Казахстана, Литвы, Нидерландов, Эстонии. На чемпионате России по гольфу в Agalarov Golf & Country Club присутствовал президент Ассоциации гольфа России Ахмед Билалов, а также многие известные люди. Значимость чемпионата состояла в том, что в 2016 г. его участники могут получить возможность отстаивать честь страны на Летних Олимпийских играх в Рио-де-Жанейро. Как известно, с недавних пор гольф официально стал олимпийским видом спорта.

Компания «Медиа Глоб Крокус», организатор Московского международного мебельного салона, подписала протокол о намерениях с немецкой фирмой Koelnmesse о сотрудничестве в проведении в Москве в 2013 г. международной мебельной выставки. Председатель Совета директоров Koelnmesse Джеральд Бёзе оценил это сотрудничество как важный шаг в направлении интернационализации деятельности его компании. Он подчеркнул, что Koelnmesse готова создать крупный раздел в рамках Московского международного мебельного салона, проводимого в МВЦ «Крокус Экспо». Он будет включать некоторые популярные секции крупнейшей в Германии мебельной выставки IMM Cologne.



Заместитель генерального директора ЗАО «Крокус Интернэшнл» Леонид Лозбенко принял участие в 23-м заседании рабочей группы частного сектора при Всемирной таможенной организации в Брюсселе. На встрече рассматривался широкий круг вопросов взаимодействия бизнеса и таможни, включая безопасность цепей поставок товаров, оценку эффективности деятельности таможенных органов, проект программы для высших должностных лиц государств о роли и месте таможни в современных условиях. Л.Лозбенко был назначен координатором по доработке и дальнейшему использованию предварительной программы для высших должностных лиц.

В активную фазу вступило строительство торгово-развлекательного центра Vegas-2 на территории Крокус Сити. Общая площадь комплекса составит около 300 тыс. кв. м. В нем предусмотрено сооружение круглогодичного ледового катка, детского игрового городка и океанариума. В конце 2012 г. предполагается начать внутренние отделочные работы, чтобы завершить строительство в 2013 г.

МВЦ «Крокус Экспо» подвел итоги работы в I полугодии 2012 г. За этот период в выставочном центре проведено 115 мероприятий (в I полугодии 2011 г. – 113), из которых 64 – гостевые выставки, 8 – собственные, 24 – корпоративные, 19 – общественно-развлекательные мероприятия). Общая площадь проведенных выставок составила 830 тыс. кв. м, что на 10% больше, чем годом ранее. В целом итоги полугодия свидетельствуют о позитивных тенденциях работы «Крокус Экспо».

Концертный зал «Крокус Сити Холл» подвел итоги своей работы в I полугодии. В зале прошло более 70 концертов, шоу-программ и мероприятий, посвященных юбилеям и вручению различных премий. Концертный зал посетило за полгода свыше 300 тыс. зрителей. На площадке выступали такие известные исполнители, как Мишель Легран, Крис Ри, Бони Тайлер, Брайан Адамс и многие другие звезды мирового масштаба. Свои концерты здесь устраивали известные российские исполнители и композиторы – Лев Лещенко, Сергей Пенкин, Николай Расторгуев, Александр Серов, группа ДДТ.



БИТВА ЗА

Выставка ПИР, «Питание и Развлечения», регулярно проводится в Москве с 1998 г. Поначалу ПИР собирал главным образом поставщиков технологического оборудования и услуг для заведений индустрии гостеприимства. 2000-е годы стали временем расцвета ресторанного рынка в России, и это совпало с ключевым решением организаторов ПИРа занять под проект масштабные, оснащенные новейшими техническими возможностями площадки «Крокус Экспо».

Новая площадка в «Крокус Экспо» открыла перед выставкой ПИР новые возможности, позволившие совершить огромный рывок. Каждый год выставка прирастает на 15% – это беспрецедентно высокий показатель роста.

Появилась уникальная возможность сформировать масштабную деловую программу: в последние годы она включает более 600 мероприятий, более 7 тыс. человек получают возможность посетить конференции, бизнес-семинары, индивидуальные консультации, мастер-классы и презентации.

В «Крокус Экспо» выставка стала международной. Представители разных стран рассматривают ПИР как реальную возможность выйти на российский рынок. Каждый год здесь организуются национальные зоны – Италии, Франции, Испании, Японии и других стран. На международный уровень вышли и соревнования выставки – с момента переезда в «Крокус Экспо» Международный Кремлевский кулинарный кубок начал официально проходить под эгидой Всемирной ассоциации сообществ шефов.

ПИР сегодня представляет одну из самых динамично растущих отраслей, содействуя ее дальнейшему развитию. Темпы не только количественных, но и качественных изменений в ресторанном деле вызывают несомненное уважение. При этом никто не будет спорить с тем, что отечественным рестораторам еще долго расти до звезд мирового уровня, но ведь это и называется перспективами роста.

Например, в России нет ни одного звездного ресторана (звезды присваивает гастрономический справочник «Мишлен» после того, как дегустаторы инкогнито побывают в ресторане, отведая местную кухню и протестируют обслуживание). Получить высокую оценку мишленовских экспертов – вопрос не только престижа. Туристы во всем мире привыкли заглядывать именно в «Мишлен», решая, куда пойти поужинать. Репутации этого справочника доверяют.

К сожалению, наши рестораны о мишленовских звездах пока могут лишь мечтать. У нас что, невкусно готовят? Вовсе нет! Просто у «Мишлена» есть свои критерии, главный из которых – использование свежих продуктов местного производства. А на кухнях российских ресторанов до 80% продуктов привезены из-за границы. Местное – вкуснее, да и полезнее. Проблема, по словам специалистов, не в том, что рос-

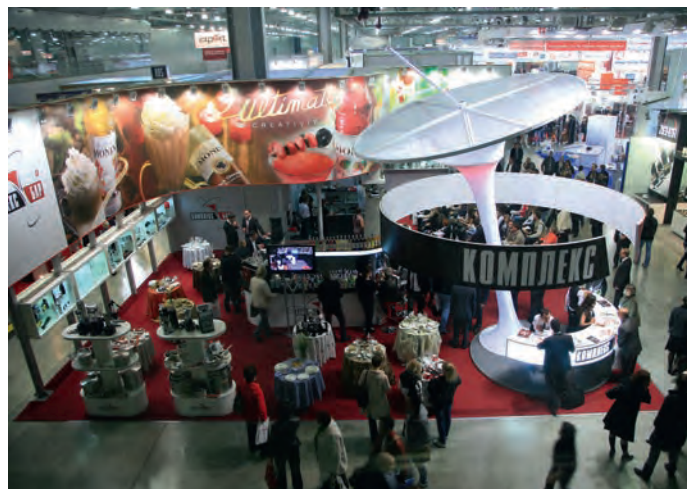


ВКУС

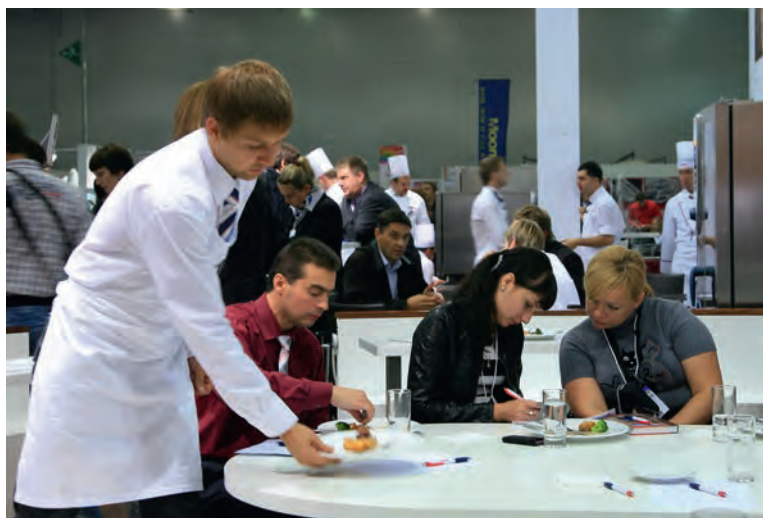
сийские рестораны отказываются покупать отечественное, а в отсутствии отечественных продуктов стабильно высокого качества. Борьба за доставание наилучших продуктов – это любимый спорт звездных поваров, и их можно понять, ведь вкус блюда зависит от качества продукта в большей мере, чем от искусства повара. Битву за звезды не выиграть, имея на руках козыри в виде подвявшей редиски или слишком жирной курицы. Повара, работающие в России, сталкиваются с серьезными трудностями и накладками, когда просят местных поставщиков каждый день привозить, скажем, кур весом не больше и не меньше 1200 г или идеальные лесные грибы, которые не требуется перебирать и проверять на наличие червячков и песка. Получается, что для ресторанов, заинтересованных во вкусных свежих продуктах, выставка ПИР – это еще и заветная возможность встретить достойных поставщиков.

В этом году выставка пройдет с 25 по 28 сентября на территории «Крокус Экспо». Ожидается, что экспозиция займет более 45 тыс. кв. м и привлечет экспонентов из 25 стран. Экспозиции компаний, презентации продуктов и технологий, а также мероприятия деловой программы пройдут на территории десяти тематических форумов: «Французская кухня», «Отель», «Мясо и рыба», «Итальянская кухня», «Кондитерская и пекарня», «Кофе и чай», «Японская кухня», «Проектирование и дизайн», «Обучение. Персонал. Карьера», «Кейтеринг и фабрика-кухня».

Ирина КОНДРАШОВА



В этом году выставка пройдет с 25 по 28 сентября на территории «Крокус Экспо».



ЛУЧШИЕ РЕСТОРАНЫ МИРА

По версии «гастрономического Оскара», премии The World's 50 Best Restaurants Awards, – целых два российских ресторана вошли в сотню лучших. Это проект Анатолия Комма «Варвары» (60-я строчка рейтинга) и ресторан «Чайка» (99-е место). В этом конкурсе по традиции побеждают не самые дорогие и известные заведения. Здесь оценивают яркие новаторские, творческие концепции и воплощающих их шеф-поваров. Мероприятие ежегодно проводится британским журналом Restaurant Magazine. Группа из 800 ресторанных критиков, шеф-поваров, рестораторов и наиболее уважаемых гурманов разных стран голосованием составляют рейтинг TOP-100 и TOP-50 лучших ресторанов мира. В этом году уже в третий раз подряд первое место присудили датскому ресторану Noma. В первую десятку вошли заведения из Австрии, Австралии, Бразилии, Бельгии, Великобритании, Нидерландов, Перу, США, Франции и Японии.

ИСКУССТВО

Если бы вклад французов в мировую цивилизацию ограничился одними ресторанами, уже за это человечество должно было сказать им спасибо.



«Столы совершенно не пригодны для иностранцев, но других столов тут нет. Приходится есть среди дюжины незнакомых персон, предварительно взяв себе прибор. Излишне скромный и вежливый человек не сможет даже поесть там толком», – так описывал в 1718 г. путешественник, проезжавший через Париж, состояние предприятий общепита.

Относить рестораны к «предприятиям общественного питания» – все равно, что искусство балета трактовать как танец с позами. Хотя ресторан – это, прежде всего, хорошая еда, но это еще и стиль, и некий ритуал, и одна из ярких и точных характеристик любой страны.

Историки уверяют, что первые рестораны появились в Китае в XIII в. Европейцы пришли к этой идее собственным путем. Еще пять столетий они довольствовались грязными и убогими тавернами и трактирами, где голодному путнику подавали не то, что он хочет, а то, что утром пригостила хозяйка. Только в XVIII в. некий парижанин по фамилии Буланже открыл заведение, в котором на выбор подавали мясо, супы и бульоны, причем в чистой посуде, да еще за покрытыми скатертями столами. Над входом красовалась надпись на латыни: «Venite ad me omnes, qui stomacho laboratis et ego restaurabo vos», означающая: «Придите ко мне все страждущие желудком, и я вас восстановлю».

Страждущих оказалось много. И гостям Парижа, и его жителям порядком надоели тогдашние харчевни.

Основу Высокой кухни Франции заложили монахи, которые первыми придумали записывать рецепты. Свой вклад внесли также королевские повара и гастрономы. А затем пришло время великих поваров, которые не только создавали блюда, но и обильно приправляли их поучениями, сентенциями и афоризмами. Так, кулинар Брийя-Саварен утверждал: «Открытие нового блюда делает больше для счастья людей, чем открытие новой звезды». А Ниньон, чье имя для рестораторов означает примерно то же, что имя Эйнштейна для физиков, характеризуя французскую кухню, писал: «Наша национальная кухня настолько высоко ценится, настолько изысканна, что она, безусловно, представляет собой

ЕДЫ



изящное выражение французского темперамента, стремление к точности концепции, утонченности реализации, тонкости чувства».

Сегодня отличительная черта французского ресторана – не столько определенный набор блюд, а особое отношение посетителей к еде. Они ценят не только отменные вкусовые качества, но и красивое оформление, сочетание рационального и эмоционального при ее приготовлении, легкую и непринужденную беседу во время еды, такт и меру во всем.

Рестораны начали свое существование как заведения эксклюзивные, предназначенные для людей знатных или, по меньшей мере, богатых. Но почти три века прогресса и социальных революций заставили их владельцев широко распахнуть двери и перед публикой попроще. Сегодня во всем мире рестораны подразделяют на три типа: VIP-рестораны, высшего и первого класса. Каждый тип заведений должен обладать определенным набором характеристик. Но чаще применяют более понятную классификацию: элитные, рестораны средней руки и фаст-фуды.

Для элитных ресторанов характерны следующие особенности: авторский дизайн, роскошный и изысканный интерьер, высокий уровень обслуживания, большой ассортимент оригинальных и фирменных блюд, эксклюзивная винная карта и, естественно, высокие цены, которые делают рестораны такого типа доступными лишь для обеспеченных людей. В свою очередь и от клиентов требуют соблюдения определенных правил. В VIP-ресторан мужчинам принято приходить непременно при галстuke.

Рестораны средней руки за более умеренные цены также предлагают достаточно богатое меню, уютную атмосферу и достойное обслуживание. Но в них куда демократичнее: ни джинсы, ни шорты никого не шокируют.

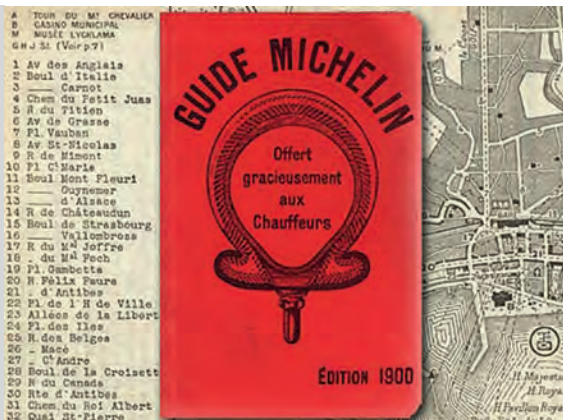


В одном из голландских ресторанов ввели правило, согласно которому клиент, пообедав, платит не по счету, а столько, сколько сочтет нужным. Как ни странно, ресторан процветает, а его владелец признался, что в среднем получает с клиента на полтора доллара больше, чем если бы предъявил ему счет.

Ресторан – это не только хорошая еда, но и собственный стиль.

СПРАВОЧНИК «МИШЛЕН»

Самый знаменитый и престижный в мире ресторанный справочник «Мишлен» был основан в 1900 г. братьями Андре и Эдуардом Мишлен. Он выпускается на французском, итальянском, испанском, английском, немецком и других европейских языках. Бумажное издание справочника выходит раз в год, новый номер поступает в продажу 1 марта. Начав свою историю в виде небольшого бесплатного красного 400-страничного путеводителя для автолюбителей, справочник с годами стал эталоном в области кулинарии и представляет собой книгу объемом более 2 тыс. страниц с описанием примерно 8500 заведений.





Сосиски с квашеной тушеной капустой – фирменное немецкое блюдо.

BIER UND WURSTCHEN

В переводе с немецкого это означает «пиво и сосиска». Их можно получить в любом ресторане. Сосиски с квашеной тушеной капустой можно назвать фирменным немецким блюдом. Однако гурмана такой рацион едва ли устроит. Но он легко может расширить его границы за счет колбас, которых в этой стране производится свыше 1500 сортов. Здесь же можно получить на стол все производные из свинины в виде жареного, тушеного, вареного, запеченного, копченого мяса с разнообразными гарнирами. Причем чем дальше путешественник забирается на юг, тем они богаче.

На побережье Балтийского и Северного морей законодателем мод является рыба. В Гамбурге непременно предложат отведать суп из угрей, а также угостят селедкой, креветками, жареным морским языком и бесчисленными разновидностями копченой рыбы. При этом особо ценятся отварная и тушеная рыба. Гарнир к ней может быть из хрена, свеклы, ломтиков сыра, сардин, капусты, жареного или отварного картофеля.

Гордятся также немецкие гастрономы своими супами и пирогами, салатами и закусками и особенно хлебом, которого насчитывается почти 600 видов. И, конечно, попав в швабский ресторан, особенно если он расположен в долине Рейна, надо попробовать местное вино, отличаемое знатоками во всем мире.

А еще классические немецкие рестораны хороши непринужденной обстановкой, весельем и прекрасной игрой аккордеонистов.

ЗАЖМУРЬТЕСЬ – И ПОЛУЧИТЕ УДОВОЛЬСТВИЕ

Каких только ужасов не рассказывают о китайских ресторанах! Для слабого на желудок европейца все эти пивявки, кузнечики, змеи – кошмар, преследующий его все время пребывания в Китае. Конечно, эти страхи пустые. Все перечисленное относится к числу диковинных, редких и очень дорогих блюд. Так что съесть их случайно – не получится.

Каждый китайский повар считает делом чести готовить так, чтобы никто и никогда не догадался об исходных ингредиентах. Поэтому главное правило в любом ресторане очень простое: зажмурить глаза и смело брать палочками еду с тарелки.

Из чего бы она ни была приготовлена, китайская еда очень вкусна и разнообразна, поскольку китайская кухня вобрала в себя блюда, традиционные для многих народов. Так, на севере Китая в меню ресторана можно найти и борщ, и хлеб, и столь любимые русскими пельмени. Да и европейские изыски китайцы давно уже освоили. А значит, собираясь в китайский ресторан, надо прежде всего решить, за какими ощущениями туда идешь.

Но уж коли есть желание вкусить что-то по-настоящему китайское, то необходимо заказать не только национальные блюда, но и поесть их определенным образом и в определенной последовательности.

Хороший обед предполагает 6–7 перемен блюд, а вот тарелка, из которой едят, не меняется. Есть в этом особый смысл: в ней скапливаются остатки разнообразных соусов и подлив, которые затем сливаются в пилу с супом, заключающим обед. Получается фантастический букет. Есть и еще одно отличие от европейского порядка принятия пищи: перед супом подают приторно сладкие пирожные и сладости, что гарантирует вкусовой контраст.



УТКА ПО-ПЕКИНСКИ

Представляет собой натертую медом утку, запеченную в специальной печи. При подаче на стол её мясо нарезают тонкими ломтиками. Мясо, а также шкурка утки, которая должна быть хрустящей, тонкой и нежирной, подаются с мандариновыми лепёшками, молодым луком и соусами: сладким соусом из лопуха или соусом «Хойсин». Так как утка заказывается в ресторанах целиком, на бульоне из оставшихся после нарезки частей может быть сварен суп из китайской капусты, который подаётся после мяса.



ВЫСОКОЕ ИСКУССТВО СУШИ

Человек, однажды побывавший в Стране восходящего солнца, знает, что суши из московских ресторанов похожи на истинно японские примерно как раскрашенный картонный муляж на свежий ароматный тамбовский окорок. Настоящий японский ресторан – это храм, в котором священнодействуют мастера высочайшего класса, создавая не блюда, а художественные композиции, которые страшно и жалко разрушать.

Правда, стоит оговориться: подобное искусство в современной Японии уже на грани того, чтобы стать редкостью. Но его проявления можно найти даже в маленькой харчевне, специализирующейся на приготовлении супа «мисоциру», где в глубокую миску «тонсуи» не просто нальют варева из общего котла, а так красиво выложат кусочки овощей, мяса, рыбы или какой-нибудь морской живности, что впору это произведение не есть, а фотографировать.

В Японии традиционно любое мастерство старались довести до совершенства, подкрепляя технику глубокой философией. Этот путь прошла и японская кухня. Повара всегда стремились донести до едока первоначальный вкус продукта, выделив и подчеркнув его особо привлекательные качества и свойства. Поэтому термическая обработка здесь используется минимальная, зато большое внимание уделяется приправам, оформлению блюд и сервировке.

Большинство блюд нужно есть с помощью палочек, некоторые можно руками, ложки применяются крайне редко, вилки и ножи не используются вообще.

И последнее. Чтобы уж слишком не выглядеть «гайдзином», т. е. диким иностранцем, не знакомым с японским этикетом, не наливайте себе сами саке (это сделает ваш сосед, а вы должны наполнить его чашку), доешьте обязательно рис (оставить даже горсточку – невежливо), не зажимайте палочки в кулаке (это рассматривается как оскорбление). И не забудьте в конце сказать: «Готисо сама дэсита», что означает – «Было очень вкусно». Кстати, так оно и будет.

Андрей ВАСИЛЬЕВ

Настоящий японский ресторан – это храм, в котором священнодействуют мастера высочайшего класса, создавая не блюда, а художественные композиции.



Весьма необычный ресторан находится на японском острове Окинава – он расположен в ветвях сухого дерева баньяна на высоте 6 м. Ресторан на дереве – Naha Harbor Diner – является украшением центрального входа в парк Onyama Park.

Ресторанный и гостиничный бизнес

Выставка, организатор	Время проведения	Место проведения	Контакты
FOR GASTRO & HOTEL ABF a.s.	4-7.10.12	Чехия Прага	www.abf.cz; gr@abf.cz тел./факс +420 225 291 121
POLAGRA GASTRO Poznan International Fair	8-11.10.12	Польша Познань	www.mtp.pl; info@mtp.pl тел. +48 61 869 2000; факс +48 61 869 2999
RESTAURANT SHOW Quantum Business Media	8-10.10.12	Великобритания Лондон	www.qpp.co.uk; enquiries@qpp.co.uk тел. +44 020 8565 4200; факс +44 020 8565 4202
HOVENTA Hungexpo	16-19.10.12	Венгрия Будапешт	www.hungexpo.hu; hungexpo@hungexpo.hu тел. +36 1 263 6000; факс +36 1 263 6098
HOSTELCO Fira de Barcelona	17-21.10.12	Испания Барселона	www.firabcn.es; info@firabcn.es тел. +34 93 233 20 00; факс +34 93 233 21 98
BBC GOOD FOOD SHOW SCOTLAND Haymarket Exhibitions Ltd.	19-21.10.12	Великобритания Глазго	www.haymarket.com; info@haymarketgroup.com тел. +44 (0)20 8307 2300; факс +44 (0)20 8307 2350
IPA 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
WINE, FOOD & GOOD LIVING Suomen Messut	25-28.10.12	Финляндия Хельсинки	web.finnexpo.fi; info@finnexpo.fi тел. +358 40 450 3250; факс +358 9 142 358
PA.BO.GEL. Fiera Roma	27-30.10.12	Италия Рим	www.fieraroma.it; events@fieraroma.it тел. +39 06 517 8292; факс +39 06 517 8205
ALIMENTA Romexpo	31.10 - 4.11.12	Румыния Бухарест	www.romexpo.org; romexpo@romexpo.org тел. +40 (21) 224 3160; факс +40 (21) 224 0400
SALON DU CHOCOLAT - PARIS Event International	31.10 - 4.11.12	Франция Париж	www.eventinternational.com; contact@salonduchocolat.fr тел. +33 1 4503 2126; факс +33 1 4503 4004
BC HOSPITALITY EXPO Executive Event Production, Inc.	4-6.11.12	Канада Ванкувер	www.eat-bc.com; heather@executiveevents.ca тел. +1 (604) 689 8651; факс +1 (604) 689 8654
HOTEL & GAST SALZBURG Reed Exhibitions Salzburg	5-9.11.11	Австрия Зальцбург	www.reedexpo.at; info@reedexpo.at тел. +43 662 4477 0; факс +43 662 4477 161
SIHRE 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
INTERNATIONAL HOTEL / MOTEL & RESTAURANT SHOW GLM	10-13.11.12	США Нью-Йорк	www.glmshows.com; info@glmshows.com тел. +1 (914) 421 3200; факс +1 (914) 948 6289
EQUIP'HOTEL Reed Expositions France	11-15.11.12	Франция Париж	www.reedexpo.fr; info@reedexpo.fr тел. +33 (0)1 4756 5000; факс +33 (0)1 4756 5100
FHC CHINA Hong Kong Exhibition Services Ltd.	14-16.11.12	Китай Шанхай	www.hkesallworld.com; exhibit@hkesallworld.com тел. +852 2804 1500; факс +852 2528 3103
HORECA KRACOW 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
HORECA EXPO Flanders Expo	18-22.11.12	Бельгия Гент	www.horecaexpo.be; horecaexpo@artexis.com тел. +32 (0)9 241 9211; факс +32 (0)9 241 9475
SWEETS MIDDLE EAST Koelnmesse GmbH	19-21.11.12	ОАЭ Дубаи	www.koelnmesse.de; info@koelnmesse.de тел. +49 221 821 0; факс +49 221 821 2574
HOTEX Stier Group Ltd.	20-22.11.12	Израиль Тель-Авив	www.stier.co.il; expo@stier.co.il тел. +972 (0)3 56 26090; факс +972 (0)3 56 15463
XENIA Xenia Exhibitions-Conferences SA	30.11 - 3.12.12	Греция Афины	www.xenia.gr; info@xenia.gr тел. +30 210 884 2916; факс +30 210 821 6720
HOREKA Tuyap Fairs and Exhibitions Organization Inc.	6-8.12.12	Турция Стамбул	www.tuyap.com.tr; sales@tuyap.com.tr тел. +90 (212) 867 1100; факс +90 (212) 886 9399
HORECAVA Amsterdam RAI	7-10.01.13	Нидерланды Амстердам	www.rai.nl тел. +31 (0) 20 549 1212; факс +31 (0) 20 549 1889
SIGEP Rimini Fiera	19-23.01.13	Италия Римини	www.fierarimini.it; info@fieriatorini@riminifiera.it тел. +39 0541 744111; факс +39 0541 744200
HOSPITALITY Fresh RM	21-23.01.13	Великобритания Бирмингем	www.freshrm.co.uk; info@freshrm.co.uk тел. +44 (0)20 7886 3100; факс +44 (0)20 7886 3091
UNIFIED WINE & GRAPE SYMPOSIUM ASEV	21-31.01.13	США Сакраменто	www.asev.org тел. +1 (530) 753 3142; факс +1 (530) 753 3318
SIRHA GL events Exhibitions	26-30.01.13	Франция Лион	www.gl-events-exhibitions.com; info@gl-events.com тел. +33 (0)1 44 315 315; факс +33 (0)1 44 315 400
HOTERES JAPAN JMA	19-22.02.13	Япония Токио	www.jma.or.jp; convention@jma.or.jp тел. +81 (0)3 3434 0093; факс +81 (0)3 3434 8076
INTERNATIONAL RESTAURANT & FOODSERVICE SHOW OF NEW YORK Reed Exhibitions USA	3-5.03.13	США Нью-Йорк	www.reedexpo.com; inquiry@reedexpo.com тел. +1 (203) 840 4800; факс +1 (203) 840 5805
G + H BVV	6-8.03.13	Чехия Брно	www.bvv.cz; info@bvv.cz тел. +420 541 151 111; факс +420 541 153 070
INTERNORGA Hamburg Messe und Congress	8-13.03.13	Германия Гамбург	www.hamburg-messe.de; info@hamburg-messe.de тел. +49 40 3569 0; факс +49 40 3569 2180
NEW ENGLAND FOOD SHOW Massachusetts Restaurant Association	10-12.03.13	США Бостон	www.marestaurantassoc.org; tzibell@massrestaurantassoc.org тел. +1 (508) 366 4144; +1 (508) 366 4614



www.SOKOLNIKI.com

Конгрессно-выставочный центр

РЕСТОРАННОЕ

Хорошо иметь свой ресторан! Со стороны этот бизнес производит впечатление прибыльного и необременительного. Кухня, хороший повар, несколько официантов – и, казалось бы, можно жить припеваючи. Но это только красивый фасад, за которым кипят нешуточные страсти, идет кровопролитная борьба с конкурентами, поставщиками и властями.

СОСТАВНЫЕ ЧАСТИ ПРОБЛЕМЫ

Открыть хороший ресторан – хлопотное дело не только в России. Даже в Европе чуть меньше половины проектов не выдерживают и двух лет на рынке. Тем не менее, по признанию рестораторов, этот бизнес один из самых заманчивых – хорошая возможность заработать реальные деньги и воплотить в жизнь собственные фантазии о правильном интерьере и хорошей кухне.

В Москве рынок предприятий общественного питания пока не насыщен (кроме, может быть, ресторанов премиум-класса). В среднем в столице ресторанов в 3–4 раза меньше, чем в Праге, и в 8–9 раз – чем в Париже.

Причин, которые останавливают потенциальных рестораторов, множество.

Во-первых, сложные взаимоотношения с инвесторами. Сегодня на российском рынке ресторанов почти нет иностранных инвестиций. Исключения составляют разве что «Макдоналдс» и «Старбакс». Первый действует как единый оператор по всему миру, а известная американская сеть кофеен развивается в России на деньги кувейтского холдинга The Alshaya Group. В остальных случаях, даже если на российский рынок выходит иностранный ресторатор со своей концепцией, финансирует проект российский оператор, вкладываясь в уставный капитал новой фирмы или действуя по специальному договору (франшизе).

Во-вторых, непростые взаимоотношения бизнеса и власти. Большинство ресторанов располагаются на арендованных площадях, и аренда составляет главную статью их расходов, т. к. в Москве и Петербурге цена за квадратный метр неоправданно высока. О налогообложении и различных дополнительных поборах каждый ресторан может написать отдельный роман.



ЗАЗЕРКАЛЬЕ

Поставщики продуктов – третья головная боль бизнесменов. Лишь сравнительно недавно в Москве открылись фермерские рынки «Фермер Базар» и «Лавка-лавка» с экологически чистыми продуктами от надежных поставщиков, которые могут гарантировать качество товара. Однако этого явно недостаточно, чтобы удовлетворить спрос в масштабах оптовых закупок ресторанов. К тому же для многих блюд необходимы ингредиенты, которых нет в России или они недостаточно высокого качества. Ресторатор оказывается перед выбором: либо сокращать выбор блюд и рисковать потерей клиента, либо самим искать поставщиков по всему миру и договариваться о поставках, как это делают владелец ресторана Nobu Эмин Агаларов или совладелец крупнейшего ресторанного оператора в России Ginza Project Дмитрий Сергеев. Правда, такая политика неминуемо сказывается на цене блюда. «Наш бизнес сильно зависит от себестоимости продуктов, от ставок аренды недвижимости и уровня зарплат. Конечно, мы должны зарабатывать, но стараемся не завышать цены. Однако если продукт достается дорого, то и в меню он будет дорогим», – сокрушается Дмитрий. Его можно понять. На Западе продукты дешевле, аренда ниже и цены в меню, естественно, адекватнее. В России же импортные продукты зачастую еще и перекупаются несколько раз перед тем, как дойти до кухни.

В-четвертых, отсутствие хороших кадров в сфере ресторанного обслуживания – официантов, баристов, поваров и, особенно, управляющих. Сегодня крупные ресторанные сети предпочитают растить кадры сами, как это делают Ginza Project или второй по величине ресторанный холдинг «Росинтер». Можно пригласить специалистов из-за рубежа, иностранные сети так и делают. Но стоят они недешево.

ГЛАВНОЕ – КОНЦЕПЦИЯ

Наконец, после преодоления всех этих проблем, ресторатор неизбежно упрется в необходимость формулирования концепции своего заведения. Определение класса ресторана и его основной аудитории (фаст фуд, средний ценовой сегмент или класс «премиум») – еще не самое трудное. У каждого заведения должно быть свое лицо, особенный интерьер, свой способ общения с клиентом. Иначе ресторан будет обречен на забвение уже через год после открытия. Здесь русских бизнесменов традиционно выручают иностранцы, которые предоставляют по франшизе возможность использовать уже существующий бренд и отработанную концепцию сети. Особенно хорошо такая схема работает с небольшими заведениями в сегменте фаст фуд и кофеен: Red Espresso Bar, «Бургер Кинг», «Баскин Роббинс», «Сбарро», «Сабвей» и многие другие.

В среднем и высшем ценовом сегменте подход более тонкий. Сначала зарубежный ресторатор изучает российский рынок и находит инвесторов среди российских операторов. Затем открывает один ресторан, чаще всего в Москве, и только удостоверившись, что концепция прижилась, может позволить себе еще одно заведение в другом городе-миллионнике – Петербурге, Екатеринбурге или Новгороде.

На конец 2010 г. в России, по данным Росстата, работало 40,5 тыс. ресторанов (в 2009 г. – 36,6 тыс.), из них 31,2 тыс. – микропредприятия, 6,9 тыс. – малые предприятия.



Оборот рынка общественного питания в РФ

Год	Млн руб.	В % к прошлому году
2000	83 343	111,8
2005	323 379	112,1
2006	427 204	115,8
2007	548 476	114,8
2008	723 560	112,3
2009	711 211	87,3
2010	781 378	103,0
2011	903 275	106,2

Источник: Росстат.

Несмотря на обилие иностранных названий, на российском рынке ресторанов почти нет реальных иностранных инвестиций.

КТО ЕСТЬ КТО В РОССИЙСКОМ РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

(по версии журнала «Ресторатор»)



Андрей ДЕЛЛОС – владелец бренда «Maison Dello», в составе которого 9 концептуальных ресторанов, в том числе «Бочка», «Шинок», «Манон», «Кафе Пушкин», кондитерская Café Pouchkine в Париже, ресторан Brasserie Pushkin в Нью-Йорке, «Турандот», «Каста Дива» и др.



Анатолий КОММ – шеф-повар клуба Progressive Daddy и ресторанов «Твербуль» и «Варвары», владелец московских ресторанов «Варвары» и «Купол».



Вадим ЛАПИН – один из учредителей компании Ginza Project (включает 32 ресторана, кафе и клуба в Москве, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону и Нью-Йорке (Ginza, Terrasa, «Царь», «МариVanna», «Mamalyga», Francesco, «Джельсомино safe» и др.).



Аркадий НОВИКОВ – создатель и владелец более 30 ресторанных проектов в Москве и Санкт-Петербурге, в том числе «Сыр», «Маркет», «Ваниль», Vogue-café, «Галерея», «Барашка» и др.



Ростислав ОРДОВСКИЙ-ТАНАЕВСКИЙ БЛАНКО – владелец ресторанной компании «Росинтер». Создатель сети «Ростикс». Компания предлагает блюда итальянской, японской, американской и русской кухни в ресторанах, работающих под зарегистрированными торговыми марками «IL Патио», «Планета Суши», «1-2-3 кафе» и др.



Заграничная кухня или шеф-повар выступают в таком случае своеобразной приманкой для посетителей. К примеру, в 2009 г. итальянский шеф-повар Нино Грациано открыл в Москве итальянский ресторан Semifreddo Mulinazzo. До того он держал ресторан Semifreddo на Сицилии, где заведению было присвоено две звезды Michelin. В России звездной классификации ресторанов нет, но успех за границей служит хорошей рекламой для заведения.

Выйти на российский рынок, полностью повторив иностранную концепцию, невозможно. Каждый ресторан приходится адаптировать к российским реалиям. К примеру, ресторан Beefbar Moscow – совместный проект компании-оператора «Ресторанный синдикат» и международной ресторанной группы Beefbar, которой принадлежит одноименная сеть ресторанов в Монте-Карло, Ницце и Лихтенштейне. Конек этого ресторана – качественное мясо и особая технология его запекания. После открытия Beefbar Moscow в меню ресторана помимо основной страницы, повторяющей мясной ассортимент Beefbar в Монако, появилась коллекция авторских закусок и горячих блюд, больше удовлетворяющих вкусу российской публики, а также столь популярный у нас кальян.

Британская кулинарная звезда Джейми Оливер также адаптировал к российским реалиям свою сеть итальянских ресторанов Jamie's Italian (всего в мире 20 ресторанов Jamie's Italian). В Москве он открыл свой первый ресторан летом этого года. Английская команда настаивала, чтобы интерьер нового ресторана был полностью аутентичен всем остальным заведениям сети, но партнер – Ginza Project – настоял на уникальном дизайне помещения, ссылаясь на то, что московской публике не очень понравится вид обычной европейской закусочной с совсем не демократичными ценами.

Фокусы с ценообразованием на российском рынке могут в корне изменить существующую концепцию заведения. Французская кондитерская сеть Paul, открытая недавно в Москве, и сеть кондитерских Wolkonsky, существующих с 2005 г. по лицензии французской компании Maison Kayser, задумывались как небольшие заведения с собственными пекарнями, куда каждый день по дороге на работу мог бы зайти простой офисный сотрудник купить свежий круассан, багет, бутерброд и кофе. Оказалось, что для большинства даже московских белых воротничков покупать ежедневно французский свежий хлеб не по карману. Поэтому кондитерским в срочном порядке пришлось переквалифицироваться из магазинов при пекарнях в небольшие кафе для вечерних свиданий и детских утренников в выходной день.

Впрочем, в последнее время инвесторами и авторами концепции все чаще становятся российские рестораторы и бизнесмены. На правах соинвестора к ресторанному бизнесу проявляют интерес звезды шоу-бизнеса. При сочетании концепции ресторана и имиджа звезды заведение получает дополнительную рекламу. «Твербуль», «Бублик» Ксении Собчак, «The Сад» Ивана Урганта и Александра Цекало хорошее тому подтверждение.



В ПАРИЖ ПО ДЕЛУ

Набирает силу и обратный процесс – отечественные рестораторы один за другим открывают заведения за рубежом, прежде всего в Лондоне, Нью-Йорке и даже Париже, который трудно удивить чужой кухней. За пределы отечества выдвинулись Ginza Project, «Арпиком», Группа компаний Аркадия Новикова, в Нью-Йорке открылся ресторан Андрея Деллоса Brasserie Pushkin. Можно предположить, что рестораторов, добившихся успеха на отечественном рынке, гонят за рубеж здоровые амбиции, задор – почему бы не попробовать завоевать и другую, более требовательную, публику. К тому же это более выгодно с коммерческой точки зрения. По словам экспертов, открыть в США ресторан средней и высшей ценовой категории обойдется почти вдвое дешевле, чем в России. Говоря о недавних вложениях в нью-йоркского Pushkin, эксперты оценивают их в 4 млн долл., тогда как для открытия одного ресторана уровня «Пушкин» площадью более 2 тыс. кв. м в Москве необходимо не меньше 10 млн долл.

И все же угадать, куда подует ветер предпочтений зарубежных едоков, весьма трудно. Так, несколько ресторанов, открытых недавно в Европе, закрылись, не просуществовав и года. «Любой успех российских ресторанов за рубежом – это большая заслуга наших бизнесменов, ведь в Европе и Америке очень большая конкуренция. В России, если сделал что-то неправильно, это в принципе может сойти с рук. В Европе такое невозможно. Как бокс с тяжеловесом. Раз вышел на ринг – будь готов получить по полной», – считает Эмин Агаларов.

В таких суровых условиях успех Café Poushchine в Париже стал неожиданностью даже для самого Андрея Деллоса. Вот как он рассказывает об этом в одном из интервью: «...кондитерская в Париже была для нас чистой авантюрой – мы просто высадились и стали торговать русскими пирожками, медовиком, эклерами, а выстраивающаяся за всем этим очередь стала для нас большим подарком».

Набирает обороты сеть «МариVanna». Ее варианты есть в России и Нью-Йорке. Компания Ginza Project придумала концепцию подчеркнуто домашнего ресторана, где интерьер напоминает уютную квартиру, а хозяйка лично встречает гостей. «МариVanna» в разных городах разная: в Москве это квартира из советского детства большинства российских посетителей за 30. В Нью-Йорке дизайн другой: это скорее дореволюционная квартира состоятельного русского хозяина, например директора гимназии. Кардинальные изменения претерпела и кухня, ведь посетителями таких ресторанов уже давно перестали быть только эмигранты. По словам самих хозяев, в будни русские рестораны посещают в основном американцы, и только по выходным заведения наполняют звуки родной речи. Скоро «МариVanna» откроется в Вашингтоне и в Лос-Анджелесе – покорение заокеанских просторов идет полным ходом.

Надежда КАЛМЫЧКОВА



В Москве, по оценкам специалистов, насчитывается около 7,5–8 тыс. ресторанов, не считая многочисленных лотков и передвижных закусочных.



Игорь БУХАРОВ,
президент Федерации
рестораторов и
отельеров России:

– В последние годы российские рестораторы открывают свои заведения в Европе и Америке. Причин тому много – это и неудовлетворенность положением дел в России, более низкие издержки за рубежом. Но существует и просто желание попробовать свои силы за границей. Надо признать, что условия работы в Европе и США более благоприятные, чем в России. Например, в Англии новые рестораны не платят налоги в начальный период своей деятельности. Если бы так было и у нас, то новых ресторанов открывалось бы существенно больше.

БИЗНЕС ЭНТУЗИАСТОВ



«Бив»: Как развивался ресторанный бизнес в России в последние годы, особенно после 2008 г.? Было ли падение и удалось ли восстановиться?

– В последние 20 лет ресторанный бизнес в России претерпел принципиальные изменения. Если в конце 80-х годов в Москве работало около 500 ресторанов, не считая, естественно, ведомственных столовых, то в настоящее время их более 7 тыс. Прогресс очевиден, но в первую очередь это заслуга многих и многих энтузиастов. Если бы развитие ресторанной сферы входило в число приоритетов экономической политики государства, достижений в этой области были бы значительно больше.

Кризис 2008 г. заметно усложнил работу рестораторов. Многие заведения закрылись. Остались те, кто смогли сократить издержки, рационализировать систему поставок, кто пошел на сокращение меню, сужение специализации своих предприятий.

В настоящее время ресторанный бизнес снова на подъеме. Открываются новые рестораны, на рынок приходят сетевые компании и иностранные бренды.

«Бив»: Каковы основные проблемы, с которыми сталкиваются российские рестораторы на отечественном рынке?

– Как я уже сказал, развитие ресторанной сферы не входит в число приоритетов экономической политики государства. Это значит, что рестораторам приходится работать в общих для всех экономических условиях. Что это означает? Прежде всего – высокие ставки на аренду площади. Это – основная часть издержек. А ведь 98% ресторанов в настоящее время работают в арендованных помещениях.

Вторая проблема – взаимоотношения с государственными монополистами, предоставляющими субъектам рынка коммунальные услуги и подключение к общим сетям – электропитанию, отоплению, снабжению холодной и горячей водой, канализации. Стоимость этих услуг непомерно высока. Там, где монополия, там коррумпированность и административные барьеры. Все это существенно повышает на-

Ресторанный бизнес – один из самых динамично развивающихся секторов экономики в крупных городах. О его проблемах и перспективах рассказал журналу «Бизнес и Выставки» президент Федерации рестораторов и отельеров России Игорь БУХАРОВ.

чальные расходы на организацию бизнеса и текущие издержки.

Определенную проблему представляет и то, что государственное регулирование в этой области не учитывает особенностей современного ресторанный дела, динамичности его развития, изменения вкусов и предпочтений людей. Негибкая система налогообложения, устаревшие стандарты на продукты питания, избыточный контроль за деятельностью ресторанов – все это усложняет их работу.

В ресторанном бизнесе надо шире применять упрощенную систему налогообложения, избавить рестораны от необходимости вести чрезмерно усложненную бухгалтерию. Уверен, что планируемое введение патентной системы в ресторанной сфере позволит ресторанам ощутимо снизить операционные издержки.

Еще одной проблемой является наличие качественных и разнообразных продуктов. Их предложение либо ограничено, либо они очень дороги. Это вынуждает владельцев ресторанов унифицировать меню, сокращает возможности предложения оригинальной и разнообразной кухни. В результате в большинстве ресторанов один и тот же набор блюд.

С увеличением количества предприятий питания обозначилась еще одна проблема – дефицит профессиональных кадров. Большинство техникумов, профессиональных училищ и факультетов в вузах, в советские годы готовивших кадры для предприятий общепита, закрылись. Между тем получить образование в этой области на коммерческих условиях чрезвычайно дорого. Молодые люди предпочитают потратить деньги на образование в какой-либо другой, более престижной, области. В результате рестораторам зачастую приходится нанимать иностранных специалистов, услуги которых стоят весьма дорого.

«Бив»: Насколько остра конкуренция на этом рынке?

– Потенциал развития ресторанного бизнеса огромен. Даже Москва, несомненно самый «продвинутый» в ресторанном плане город в России, суще-

ственно уступает европейским столицам. Количество посадочных мест на тысячу жителей составляет в столице порядка 40. В крупных городах Восточной Европы такой показатель был достигнут уже в конце 80-х годов прошлого века. В городах Западной Европы на тысячу жителей приходится сейчас более 80 мест.

Вместе с тем этот огромный потенциал не так-то просто реализовать. Я уже говорил о проблемах, с которыми сталкивается ресторанный бизнес. Все они создают весьма жесткие условия вхождения на рынок как с точки зрения первоначальных затрат, так и в отношении преодоления административных барьеров. Кроме того, чтобы закрепиться на рынке, надо предлагать какие-то новые дизайнерские и кулинарные решения, разрабатывать свежие идеи организации пространства, создания привлекательной атмосферы в ресторанах.

«Бив»: Какой вид ресторанных услуг наиболее востребован в нашей стране?

– По статистике, наибольшее распространение получили в Москве рестораны VIP-класса. Это обусловлено экономическими факторами. Как я уже говорил, львиная доля расходов приходится на аренду помещения, подключение к коммунальным сетям, сюда надо добавить выплаты на «урегулирование» результатов разного рода проверок. Все это настолько увеличивает расходы на содержание ресторана, что владелец вынужден повышать цены и в результате уходить в VIP-категорию, подгоняя под это дизайн, музыкальное оформление, обслуживание, организацию парковки.

Рестораны средней категории содержать в существующих у нас экономических условиях очень трудно, поскольку цены среднего уровня не всегда позволяют окупать высокие операционные затраты.

В отличие от среднего и VIP-класса, фаст фуд ориентирован на обслуживание массового посетителя, что обеспечивает этим ресторанам при низких издержках относительно стабильное существование на рынке и приемлемую прибыльность.

Беседовал Борис ПАВЛОВ

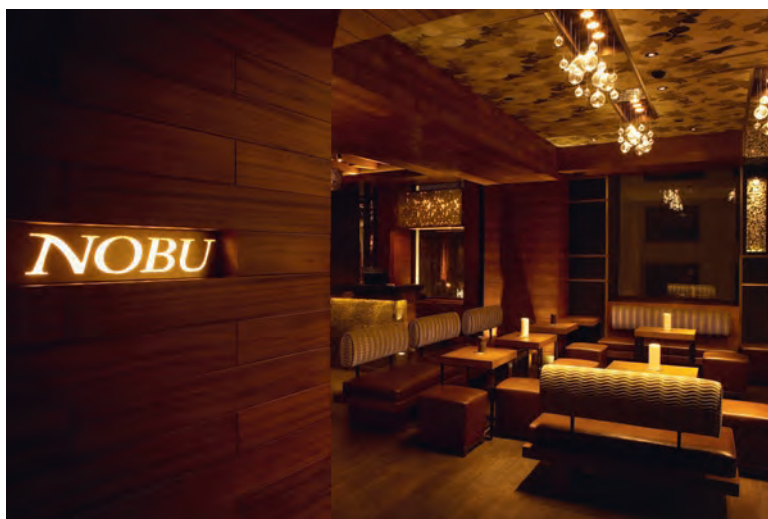
Если ресторан ОН ВСЕГДА ПОЛОН

Открыть ресторан – дело не простое. Сколько проектов закрывается в течение нескольких месяцев, так и не собрав устойчивую аудиторию посетителей! Владелец ресторанов Nobu, Zafferano, Shore House и «Эдоко» Эмин АГАЛАРОВ считает, что главное для ресторатора – добиться того, чтобы посетитель чувствовал себя в ресторане как дома.

«Бив»: Эмин, вы известны не только как успешный бизнесмен, музыкант и светская персона, вы также являетесь владельцем несколько популярных московских ресторанов. Расскажите немного об этих проектах. Начнем с Nobu.

– Ресторан японской кухни Nobu – это первый франшизный проект, который удалось реализовать моей команде. Основная трудность была в его адаптации к нашим условиям (это проблема всех иностранных проектов на российском рынке и в Москве в частности). В данном случае пришлось уступить не вполне здоровым привычкам нашей публики. Дело в том, что в ресторанах Nobu нигде в мире нельзя курить. Поэтому вначале ресторан открылся без курящей зоны (курить можно было только у барной стойки). Вскоре клиенты начали жаловаться, что они не могут спокойно покурить за столиками. Мы пошли им навстречу и сделали курящую зону. Мы поменяли некоторую мебель, сделали ресторан светлее, добавили зелени. Такие мелочи сильно влияют на успех заведения. Их надо вовремя почувствовать и внести изменения, согласовав, естественно, с владельцами бренда.

А вот кухню Nobu мы, напротив, принципиально не меняли. Сегодня в Москве бытует мнение, что хорошие аутентичные рестораны лучше посещать в стране их открытия, благо многие деловые люди могут себе это позволить. Если они хотят пойти в Zuma, делают это в Лондоне, если в Cipriani – в Нью-Йорке. В Москве же, считают они, все заведомо хуже, не так вкусно и качественно. Мне кажется, что Nobu удалось сломать этот стереотип во многом благодаря аутентичной кухне. Мы, точно так же, как и ресторан в Лос-Анджелесе, получаем мясо брюшной части тунца (торо) самолетом из Японии. Многие сотрудники нашего ресторана ранее работали в других заведениях сети Nobu: бармен – из Майями, су-шеф – из Нью-Йорка, кондитер – из Лондона.



ПОЛУЧИЛСЯ —



«Бив»: Наверняка это снижает доходность проекта?

– Конечно, из всех ресторанов, которые находятся в моем ведении (их порядка 10), Nobu самый сложный с точки зрения прибыльности, несмотря на то, что у него самый высокий оборот с одного столика за день. Судите сами, около 35% доходов Nobu уходит в зарплатный фонд, тогда как в других ресторанах эта цифра не превышает 20%. Затраты на продукты съедают еще порядка 40%. Мы сейчас пытаемся снизить эту цифру. Обычно в ресторанах на продукты тратится не более 20–25% доходов. Роялти и выплаты по франшизе забирают еще 20%. То есть доходность такого ресторана, как Nobu, возможна только при очень высоких оборотах, а они будут только при большом количестве посетителей. К тому же в Москве как минимум 50 ресторанов претендуют на тот же премиальный сегмент рынка, что и Nobu. Тем не менее наш проект успешно набирает обороты.

«Бив»: В отличие от Nobu, ресторан Zafferano — ваш собственный проект?

– Да, я считаю этот ресторан очень удачным своим проектом. Я хотел сделать настоящий современ-

ный азербайджанский ресторан. Это, конечно, субъективное мнение, но мне кажется, что это самый вкусный азербайджанский ресторан в Москве. Ресторанов Zafferano всего два. Один – в Lotta Plaza, другой – в недавно открывшемся мегамолле Vegas. Думаю, скоро в «Крокус Сити» он тоже будет смотреться очень логично.

«Бив»: Какова концепция ресторана? Zafferano изначально планировался как ресторан для вечернего досуга?

– Zafferano действительно задумывался как ресторан для ужина и позднего ужина, но из-за того, что там есть летняя светлая веранда, он забит даже днем. Вообще, я считаю, что если ресторан получится, он всегда будет полон – и днем, и вечером. Сейчас в Zafferano по вечерам играет живая музыка – джаз, это добавляет в ресторан клиентов, которые хотят посидеть допоздна. Изначально я планировал открыть Zafferano для людей, так или иначе связанных с Азербайджаном. В результате оказалось, что он пришелся по вкусу многим иностранцам, а также представителям московской богемы, известным людям, чиновникам, артистам. Вот такой получился интересный клиентский микс.



«Бив»: До Zafferano вы успели поработать с известным ресторатором Аркадием Новиковым. Расскажите про ваш совместный проект – ресторан Shore House.

– Да, Shore House – очень успешный наш проект. Это один из самых посещаемых ресторанов в Москве. Летом его посещают в выходной день от 2 тыс. до 2,5 тыс. человек. Для ресторана это очень высокий показатель. Зимой посещаемость, естественно, падает, но спасает выставочный бизнес. Зимний сад нашего ресторана – прекрасное место для проведения банкетов.

«Бив»: А что за проект «Эдоко»?

– Это бюджетный проект, конкурент таким сетям, как «Тануки» и «Суши весла». Здесь задача была сделать вкусную и качественную японскую кухню по максимально демократическим ценам. Я считаю, что мы справились. В «Эдоко» очень удачный стильный интерьер, блюда очень вкусные, счета небольшие. Пока ресторанов только два, но я планирую развивать «Эдоко» как сетевой проект. В новых моллах Vegas будет еще 5–6 ресторанов.

«Бив»: Каковы, по-вашему, главные составляющие успеха любого ресторана?

– Во-первых, надо наладить качественное и гибкое управление бизнесом. Когда один ресторан – это семейный бизнес, его просто держать под контролем. Когда ресторанов много, в них невозможно присутствовать постоянно, необходимо делегировать свои полномочия доверенным людям, разделяющим твои взгляды.

Во-вторых, не стоит во главу угла ставить лишь прибыль, нужно уделять существенное внимание качеству кухни и уровню обслуживания. Необходимо платить высокие зарплаты и покупать самые качественные продукты, а такие затраты быстро не окупаются. Но это важно для того, чтобы у ресторана сформировался имидж. Если это получится и у ресторана появится правильная клиентура, проект превратится в очень стабильный бизнес. Ресторан приобретает такую, знаете, домашнюю «потертость», неповторимую атмосферу уюта. Посетители будут знать, что в этом ресторане всегда можно вкусно поесть и приятно отдохнуть, что в нем работают хорошие люди, они будут чувствовать себя как дома.

Беседовали Борис ФАНТАЕВ и Надежда КАЛМЫЧКОВА

Постоянным гостям и группам – скидка от 10%

Север-СИТИ

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



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. м²), 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 м².

VEGAS, Крокус Сити, 66 км МКАД

283 456 м², 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 м²), Times Square, Fashion Avenue, кинотеатр-мультиплекс, тематический развлекательно-образовательный парк.

VEGAS, Кунцево, 56 км МКАД

231 253 м², 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

ПОЙТИ ТУДА,

На рынке общественного питания Европы и США появилось новое явление – рестораны pop-up. На русский это слово можно перевести по-разному: временные, выскакивающие, передвижные. Они действительно «выскакивают», эти рестораны, – то тут, то там. Сегодня он открыт в частном доме, завтра – в здании заброшенной фабрики, через неделю – на берегу Темзы в дни регаты.

Временные рестораны не имеют ничего общего ни с выездным обслуживанием, т.е. всем давно знакомым кейтерингом, ни с передвижными фургонами с хот-догами. Это совершенно новая организация ресторанного бизнеса, которая пришлась по душе как посетителям, особенно молодым, так и самим рестораторам. Эти заведения становятся своего рода испытательным полигоном для молодых шеф-поваров, да и заслуженные мэтры не прочь показать, на что они способны. Здесь необычно всё – и формат, и место, и реклама, которой практически нет. О временных ресторанах узнают по телефону, из социальных сетей, Твиттера, Фэйсбука.

Один из таких ресторанов недавно покорила сердца лондонцев. Погостив немного в Великобритании, временный финский ресторан отправился в Хельсинки, где принимал посетителей еще две недели. Проект получил название HEL YES! и стал одним из самых громких событий проходившего в Лондоне фестиваля дизайна. Ресторан финской кухни три недели работал в одном из бывших цехов завода на востоке Лондона. За это время его посетили около 5 тыс. человек.

Итак, ресторан pop-up – это временное заведение, которое может проработать несколько дней или недель либо же регулярно открывать двери по определенным дням (так чаще всего происходит в частных домах). Он рассчитан на небольшое количество столиков и ограниченное меню, как правило, из 10–15 блюд.

В Великобритании, которую буквально захлестнуло новое поветрие, такие проекты зачастую запускают молодые амбициозные повара и рестораторы, которые хотят заявить о себе, попробовать свои силы и при этом не влезть в долги или, хуже того, обанкротиться. Это идеальный способ опробовать новую идею, заинтересовать потенциальных инвесторов и привлечь внимание к будущему крупному проекту или кулинарной концепции.

«Поиграть» с меню, сделать что-то особенное, показать свое умение и фантазию не прочь и признанные мастера. Вот что говорит один из них: «В заведении на 90 персон я могу проявить лишь малую долю своих умений и способностей. Я ограничен выбором посетителей и ценой блюда. Это ужасно. Я, например, не могу использовать в своих блюдах фуа-гра, потому что никто не закажет закуску за 25 долл. Если пару раз в неделю я буду делать специальные ужины на несколько персон, в моем меню появятся блюда с фуа-гра, икрой, мраморной говядиной и так далее. Люди увидят, чего я стою как повар».

Этот бизнес развивается стремительно, и поэтому надо придумать что-то особенное. Один из рестораторов, открывший уже с десяток заведений pop-up в Лондоне, сетует: «Еще полгода-год назад любой недоучка, умеющий держать половник в руке, мог открыть успешный pop-up. Теперь приходится придумывать нечто особенное, улучшать качество, смотреть вперед». Некоторые рестораторы, открывая заведение на несколько дней, заранее заявляют тему: это могут



НЕ ЗНАЮ КУДА



Ресторан рор-ап – это временное заведение, которое может открыться где угодно: в квартире, в здании бывшей фабрики, на чердаке, пляже, в гараже, офисе.

HEL YES!

Проект HEL YES! стал одним из самых громких событий проходившего в Лондоне фестиваля дизайна. Ресторан финской кухни три недели работал в одном из бывших цехов завода на востоке Лондона. За это время его посетили около 5 тыс. человек.

быть «Ревущие 20-е», или «Аргентинское танго», или «Арт-деко», или что угодно другое.

Самое главное, делится опытом ресторатор, – расположение заведения. Надо понимать, что 75% всех решений придется принимать исходя именно из этого. Удачное место привлечет посетителей и сэкономит на расходах тысячи долларов.

Второй шаг – это финансирование проекта. Надо прежде всего ответить себе на главный вопрос – какова цель? Заработать и получить прибыль – это одно. Выйти в ноль, но приобрести опыт и обкатать какую-то идею – совсем другое. Или же этот проект вообще может рассматриваться как маркетинговый инструмент для продвижения какого-либо другого проекта. Какой бы ни была цель, необходимо сделать подробную смету расходов и доходов. Именно это позволит определить, сколько едоков можно обслужить, сколько приготовить и подать блюд, каков бюджет, выделенный на аренду места, на закупки продовольствия и алкоголя, зарплату сотрудникам.





Рестораны рор-ап – очевидное и зримое порождение эры Интернета. Завсегдатаи блогосферы и Твиттера узнают о них именно оттуда, через сети же происходит и бронирование столиков.

eat

Третий шаг – найти шеф-повара и нанять персонал. Это наиважнейший вопрос. Ведь и повар, и официанты в таком заведении денег зарабатывают немного, а переработают, скорее всего, – изрядно. Их стимулом должен быть личный интерес в успехе проекта.

Ну и, конечно же, маркетинг. Как люди узнают о том, что в течение нескольких дней по такому-то адресу будет происходить некий гастрономический хеппенинг? Ведь такой ресторан не рекламирует себя неоновой вывеской над входом, информации о нем не найдешь в туристических справочниках. Рестораны рор-ап – очевидное и зримое порождение эры Интернета. Завсегдатаи блогосферы и Твиттера узнают о них именно оттуда, через сети же происходит и бронирование столиков.

Профессионалы считают, что места во временном ресторане надо продавать заранее – загодя объявлять тему, меню, адрес и пр. Такая рекомендация имеет смысл: учитывая краткосрочность проекта, любой случайный фактор, например резкое ухудшение погоды, внезапная гроза, могут свести все усилия на нет – люди не придут. Рестораны рор-ап должны быть максимально заполнены в каждый из дней работы – они не могут позволить себе роскошь своих больших собратьев, которые планируют свою деятельность исходя из того, что по понедельникам рестораны пустуют.

В Финляндии концепция временных ресторанов недавно вышла на новый уровень. Там организуются так называемые ресторанные дни, когда по всей стране открываются сотни новых заведений. Этакий фестиваль еды в национальном масштабе. Информация о том, где накрыты столы и какое меню предлагают, распространялась через Интернет. Организаторы описывают результат словами «мгновенный успех». Инициативу подхватили и в других странах Европы.

Ирина МУРАВЬЕВА

3-я международная специализированная выставка-форум



ДОРОГА

15-18 октября 2012 года

МВЦ «Крокус Экспо», 1 павильон, залы 3 и 4

Официальная поддержка:



Министерство
транспорта РФ



Федеральное
дорожное агентство



ГТЛК

Государственная
Транспортная
Лизинговая
Компания

- Российская Ассоциация территориальных органов управления автомобильными дорогами «РАДОР»
- Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ)
- Ассоциация дорожных проектно-изыскательных организаций «РОДОС»

Тематические разделы выставки:

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



Организатор:

 **КРОКУС ЭКСПО**
Международный выставочный центр

Соорганизатор деловой программы:

 **прайм**
маркетинговое агентство

«Прайм»:
Тел.: +7 (812) 703-3508/09, 8 (921) 743-4723
E-mail: elizarova@roadtec.ru

Дирекция выставки:

Тел./факс: +7 (495) 983-0678, 727-2523, 8 (916) 242-6772
E-mail: artamonov@crocus-off.ru, begunova@crocus-off.ru, shamilova@crocus-off.ru, polskoy@crocus-off.ru
www.dorogaexpo.ru

МВЦ «Крокус Экспо»:

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

Выставки, конгрессы,

PALEXPO

Выставочный центр Palexpo в Женеве объявил о финансовых результатах работы в 2011 г. Оборóт центра составил около 56 млн евро, а чистая прибыль превысила 2,9 млн евро. Это лучший результат за его 30-летнюю историю. Здесь проводится более ста выставок в год, в которых принимают участие свыше 6,4 тыс. компаний. Площадь павильонов выставочного центра составляет 100 тыс. кв. м. Дополнительный оборóт от проводимых здесь выставок для кантона Женева оценивается в 512 млн евро.

CEIR

Согласно данным опроса, проведенного в Центре исследований выставочной индустрии (CEIR), рост выставочного рынка в 2012 г. свидетельствует о перспективах восстановления экономики США. Данные, собранные в I квартале 2012 г., показывают, что рост выставочной индустрии (на 2,7%) продолжает опережать рост ВВП (2%). Выставки привлекают профессиональных посетителей и участников, количество которых в I квартале увеличилось на 4,6% по сравнению с 3,5% за аналогичный период 2011 г.

ВСЕМИРНАЯ АССОЦИАЦИЯ ВЫСТАВОЧНОЙ ИНДУСТРИИ

С 18 по 21 июня Всемирная ассоциация выставочной индустрии (UFI) провела в Гамбурге (Германия) два важных отраслевых конгресса для специалистов выставочной индустрии. В них приняли участие более 200 профессионалов отрасли из 39 стран. На конгрессах обсуждались новые возможности и идеи развития отрасли, участники обменивались опытом работы. На первом конгрессе – «Открытый семинар UFI» – анализировалось изменение оценок результатов выставок, высказанных участниками экспозиций. В рамках другой встречи – «UFI Focus Meeting», посвященной устойчивому развитию, специалисты смогли познакомиться с наиболее удачными выставочными проектами, которые продемонстрировали свою эффективность.

MODERN LOGISTICS & TRANSPORTATION

В Китае наблюдается настоящий транспортный бум. Транспортный сектор увеличился на 21% с 2006 по 2010 г. и достиг оборóта в 54 млрд евро. Выставочный рынок не замедлил отреагировать. Первая международная выставка Modern Logistics & Transportation пройдет в августе 2013 г. в Шанхайском выставочном и конгрессном центре Everbright. Мероприятие организовано китайской ассоциацией Shanghai Logistics Entrepreneur Association и выставочной компанией Shanghai International Exhibition. По предварительным оценкам, выставка займет более 20 тыс. кв. м.

HOLESOVICE EXHIBITION GROUNDS

С 4 по 6 октября 2012 г. в Праге, в выставочном центре Holesovice Exhibition Grounds, состоится премьера 1-й специализированной выставки по восстановлению, финансированию и использованию культурного наследия. Организатор выставки, компания Incheba Expo Prague, будет представлять проекты по восстановлению исторических зданий, памятников архитектуры, исторического наследия, а также планы по проектированию и строительству. Выставка также включает в себя разделы по декорированию зданий, пожарной безопасности, техническому оборудованию и благоустройству. В рамках выставки будет обсуждаться широкий спектр вопросов по использованию памятников архитектуры, отношению к ним, об их месте в современном мире и исторической ценности для будущих поколений.

форумы



McCORMICK PLACE

Первая выставка промышленной автоматизации в Северной Америке (IANA) состоится параллельно с Международной выставкой технологий производства (IMTS) с 10 по 15 сентября в McCormick Place в Чикаго. Компания IMTS объединилась с Deutsche Messe для совместного проведения этих двух мероприятий. IMTS привлекает ежегодно свыше 82 тыс. посетителей из более чем 119 стран и является одной из старейших в США выставок промышленных технологий. Выставка IANA, в свою очередь, представит продукты и решения для автоматизации производства, дополняя IMTS.

ARTEXIS И CONCEPTUM

Компании-лидеры бельгийского выставочного рынка Artexis и Conceptum объявили о заключении соглашения о стратегическом сотрудничестве. Оно закладывает фундамент для развития нескольких совместных предприятий. Выставки Conceptum имеют солидный портфель B2C и B2B событий в Бельгии, Франции и Испании. Среди них – Innova (новые технологии и инновации), MIA (продукты питания), Business & Meetings Solutions (решения для бизнеса и деловых встреч) и the Holiday Fair (организация праздников). Компания Artexis владеет выставочными площадками в Антверпене (Нидерланды), Генте и Намюре (Бельгия).

AUMA

Согласно сообщениям Ассоциации выставочной индустрии Германии (AUMA), немецкий выставочный бизнес в этом году вряд ли будет затронут кризисом зоны евро. В 2011 г. результаты работы в этом секторе были на удивление позитивными. При росте экономики страны на 3% и экспорта на 8% число участников выставок увеличилось на 3,1%, а иностранных компаний – на 5%. В этом году продолжает расти число экспозиций, проводимых немецкими организаторами за рубежом. В 2011 г. число этих выставок составило 263, в то время как в 2008 г. – только 220.

MESSE DUSSELDORF

Messe Dusseldorf и ЗАО «ЭкспоФорум» подписали генеральное соглашение о строительстве выставочного центра в Санкт-Петербурге. Новая экспозиционная площадка, ввод в строй которой намечается на конец 2013 г., будет способствовать расширению выставочной деятельности в Петербурге. В соответствии с условиями генерального соглашения, все выставки Messe Dusseldorf будут проходить в новом центре. Одним из первых совместных проектов в новом центре станет выставка по медицинской тематике. Это решение принято с учетом того, что в ближайшее время Россия планирует инвестировать порядка 5 млрд евро в реконструкцию медицинских центров и развитие новых технологий.

VIENNA-TEC

Экспортно ориентированная промышленная ярмарка Vienna-Tec-2012 пройдет в Вене с 9 по 12 октября 2012 г. в выставочном центре Messe Wien. Согласно предварительным данным организатора – компании Reed Exhibitions Messe Wien, площадь будущей выставки составит примерно 55 тыс. кв. м. На Vienna-Tec-2012 будут представлены образцы продукции местных компаний, а также из стран Восточной Европы. Vienna-Tec объединяет шесть тематических экспозиций: автоматизация, инструменты, энергетика, промышленная электроника и др.

«Крокус Экспо»:

«Очковая оптика»

9-я международная специализированная выставка «Очковая оптика» состоится 17–20 сентября. Организатор выставки – МВЦ «Крокус Экспо» предоставит почти 12 тыс. кв. м выставочной площади для демонстрации корректирующей и солнцезащитной оптики, офтальмологического и оптометрического оборудования, оправ для очков, очковых и контактных линз. В выставке примут участие 150 ведущих компаний оптической индустрии из многочисленных регионов России, в том числе Москвы, Санкт-Петербурга, Московской, Волгоградской, Новосибирской, Ростовской, Владимирской и Екатеринбургской областей, а также их зарубежные коллеги из Франции, Великобритании, Германии, Испании, Турции и Украины.

ITFM

Международная промышленная выставка ITFM – это беспрецедентное событие, объединяющее несколько тематических проектов всемирно известной Ганноверской промышленной ярмарки. В этом году международная промышленная выставка пройдет с 25 по 28 сентября. Организатор – выставочная компания ITE. ITFM состоит из четырех разделов: «Industrial Automation Россия/Промышленная автоматизация», «MDA Россия/Механизмы. Гидравлика. Приводы. Автоматика», «Surface Россия/Промышленная обработка поверхностей» и «CeMAT Россия/Складские системы. Складская техника». В рамках ITFM состоится российско-германский промышленный форум. В его работе примут участие представители российских и зарубежных государственных структур, отраслевых ассоциаций, эксперты.

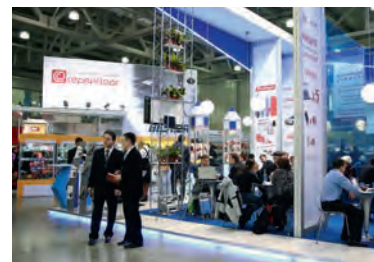


HouseHold Expo

Компания «Мокка Экспо Групп» в очередной раз проведет этой осенью международную специализированную выставку HouseHold Expo. Мероприятие продлится 4 дня – с 18 по 21 сентября. HouseHold Expo – выставка совершенно нового формата, действующая бизнес-площадка, на которой представлены все группы товаров домашнего обихода: посуда, хозяйственные товары, предметы интерьера, текстиль, сувенирная продукция, подарки и др. Венцом деловой программы HouseHold Expo–2012 станет деловой форум «Стратегия развития retail российского рынка household в 2012–2013 гг.».

«Пожарная безопасность XXI века»

С 25 по 28 сентября на одной выставочной площадке соберутся представители 200 российских и зарубежных компаний, занимающихся вопросами пожарной безопасности, сотрудники структур законодательной и исполнительной власти России и другие специалисты. Они объединятся для участия в 11-й международной специализированной выставке «Пожарная безопасность XXI века». Организатор – МВЦ «Крокус Экспо». Отдельными специализированными экспозициями будут представлены пожарная безопасность лесов и пожарная автоматика (комплексные системы безопасности). В рамках выставки запланированы научно-практические конференции, семинары и «круглые столы» по актуальным проблемам пожарной безопасности.



«Скрепка Экспо»

17-я международная специализированная выставка офисных и канцелярских товаров «Скрепка Экспо. Осень–2012» пройдет с 18 по 20 сентября. Организатор выставки – «Скрепка Экспо Проект» в партнерстве с МВЦ «Крокус Экспо» – представит на выставке новинки канцелярской продукции, товары для школы, офиса, сувенирную продукцию. В рамках специального раздела экспозиции будут представлены расходные материалы для офисной техники. Весной 2012 г. в выставке «Скрепка Экспо. Весна–2012» приняли участие 219 экспонентов из 22 стран, в том числе России, Белоруссии, Германии, Франции, Японии, Великобритании, Испании и др.

день за днем

Heimtextil Russia

Уже 7 лет международная выставка домашнего текстиля и тканей для оформления интерьера Heimtextil Russia является важнейшим событием в сфере домашнего текстиля и тканей для оформления интерьеров. Выставка Heimtextil Russia–2012 состоится с 26 по 28 сентября. Организатор – компания «Мессе Франкфурт РУС». Heimtextil Russia объединит экспозицию настенных покрытий и обоев Wallpaper bar, выставку текстильного декора интерьеров Territory of Style и инсталляцию дизайнерских решений Pattern Avenue. В рамках Heimtextil Russia пройдет международная специализированная выставка напольных покрытий Domotex Russia. Организатор – компания «Дойче Мессе РУС».



«Отдых/Leisure»

Компания «Евроэкспо» проведет этой осенью «Московскую неделю профессионалов турбизнеса (MATIW)». В рамках этого события с 19 по 22 сентября в МВЦ «Крокус Экспо» пройдут 18-я международная туристическая выставка «Отдых/Leisure», 8-я международная выставка по деловому туризму и корпоративным мероприятиям Mibexpro Russia–2012 и 7-я международная выставка эксклюзивного туризма Luxury Leisure. Основные темы экспозиций: отдых, туризм, лечение, spa, гостиничный сервис и сопутствующие услуги. В рамках выставок пройдет конференция по деловому туризму и конференция Spa&Health. Также в деловой программе предусмотрены международные образовательные конференции, семинары и «круглые столы».

«Игромир»

«Игромир» – это первая в России полномасштабная выставка для любителей интерактивных развлечений: компьютерных игр, игр для консолей, мобильных телефонов и других платформ. «Игромир–2012» распахнет двери с 4 по 7 октября. На выставке посетители всех возрастов найдут самые разнообразные игровые платформы и игры от ведущих производителей из России и Европы, как уже вышедшие, так и еще только находящиеся в разработке. Организаторы – «Конференция разработчиков компьютерных игр (КРИ)» подготовили для посетителей презентации, шоу-программы, веселые конкурсы, призы и подарки.

«IPSA Рекламные Сувениры. Осень»

С 18 по 20 сентября Ассоциация «ИПСА Рекламные Сувениры» соберет на 22-ю международную специализированную выставку «ИПСА Рекламные Сувениры. Осень–2012» около 200 поставщиков рекламно-сувенирной продукции, производителей, дистрибьюторов и других компаний, связанных с рекламно-сувенирным рынком. В рамках выставки получит свое развитие новый проект Ассоциации – конкурс «Бизнес-идея для...». Вместе с традиционной деловой программой продолжат свою работу специальные мастер-классы по темам «Психология рекламы» и «Тайм менеджмент».

«Дентал Экспо»

Международная выставка технологий, оборудования и материалов для стоматологии «Дентал-Экспо–2012» пройдет с 17 по 20 сентября в рамках 32-го Московского международного стоматологического форума. Организатор выставки – компания «ДЕ-5» разместит около 500 экспонентов и десять национальных павильонов в трех залах МВЦ «Крокус Экспо». «Дентал-Экспо» – традиционное место встречи профессионалов индустрии, практики, науки и образования в стоматологии. В рамках деловой программы форума пройдет Всероссийский конгресс стоматологов, который собирается раз в пять лет, а также съезд Стоматологической ассоциации России.

ОРИЕНТИРЫ НА БУДУЩЕЕ

С 29 августа по 9 сентября в МВЦ «Крокус Экспо» состоится 4-й Московский Международный Автомобильный Салон (ММАС). Одновременно пройдут 8-я международная выставка автокомпонентов «Интеравто» (с 28 по 31 августа) и Международная специализированная выставка грузового и специализированного транспорта Autotrans–2012 (с 5 по 8 сентября).

Организаторами ММАС–2012 и «Интеравто», как всегда, выступит МВЦ «Крокус Экспо» при поддержке комитета автопроизводителей Ассоциации европейского бизнеса и НП «Объединение автопроизводителей России». Московский Автосалон является главным мероприятием автомобильной отрасли и проходит под эгидой Международной организации автопроизводителей (OICA).

Ожидается, что участие в ММАС–2012 примут более 100 компаний из Великобритании, Германии, Испании, Китая, Кореи, России, США, Финляндии, Франции, Чехии, Швеции и Японии, которые займут более 100 тыс. кв. м выставочной площади. На выставке будут представлены стенды всех ведущих мировых и отечественных автомобильных брендов. Впервые в Автосалоне примут участие компании Lifan, Foton, Luxgen, FAW и Geely. Среди главных отечественных премьер в этом году – презентация вездеходов Z-project от компании «Авторос». А для маленьких автолюбителей опять будет организована учебная площадка правил дорожного движения.

Международная выставка «Интеравто» займет более скромную площадь – 30 тыс. кв. м. В этом году большая часть выставки будет отведена для экспонентов из регионов РФ. Всего в «Интеравто» примут участие около 550 компания из 19 стран мира. Выставка «Интеравто» по праву славится своей деловой программой. Сразу после открытия, 28 августа, состоится конференция Центрального научно-исследовательского автомобильного и автомоторного института (ГНЦ РФ ФГУП НАМИ) «Сертификация компонентов, запасных частей и комплектующих», 29 августа – «Энергоэффективный транспорт» и конференция автомобильных дилеров России. В рамках выставки будет вручена премия «Автокомпонент года» и «Золотой ключ» – первая международная независимая профессиональная награда на рынке поставок и брендов автосервисного оборудования в Российской Федерации.

В отличие от ММАС и «Интеравто», выставку Autotrans компания «Медиа Глоб» организует в этом году впервые. Это специализированное мероприятие для профессионалов рынка коммерческого автотранспорта, на котором будут представлены грузовые автомобили, фургоны, автобусы, прицепы и спецтехника.

Демонстрация большинством мировых автомобильных компаний своих последних достижений на площадке МВЦ «Крокус Экспо» говорит о всевозрастающем влиянии российского рынка на мировой автопром. ММАС – это не просто глобальная выставка лучших моделей автомобильного рынка, это рождение новых тенденций отрасли, ориентиров, к которым будут стремиться все мировые автопроизводители.



РОССИЯ **К**

ОРФЕЙ
www.mucoentrum.ru
99,2 FM



CROCUS CITY HALL

Фонд культурно-музыкального
наследия Муслима Магомаева
представляет

II Международный Конкурс вокалистов имени М. Магомаева

20 и 21 октября 2012 года

на сцене
Crocus City Hall
зажгутся новые звезды

Председатель жюри:
Народная артистка СССР -
Тамара Синявская

Заказ билетов:
+7 (499) 550 00 55
www.m-magomaev.ru



РАДИО
КУЛЬТУРА

Утро.ru
www.ustru.ru

МУЗЫКАЛЬНЫЙ
КЛУБ
КЛОндаЙК

АРГУМЕНТЫ
И ФАКТЫ

ИЗВЕСТИЯ

millionaire.ru

РАДИО
РОССИИ

HOTEL
METROPOL
MOSCOW

«Kassalo Plaza»
hotel

NEWSmusic.RU

профиль

ЖУРНАЛ
КРЕСТЬЯНКА

Inchcape

ГОНКА ЗА

В сентябре открывается Московский Международный Автомобильный Салон. Как обещают, по масштабу, числу участников и количеству автомобильных премьер ММАС–2012 побьет все рекорды.

НЕПРЕДСКАЗУЕМЫЕ РУССКИЕ

Место в мировом рейтинге крупнейших автосалонов определяется многими факторами: его историей, числом участников, вниманием прессы, компаниями, которые экспонируют свою продукцию. Но важнейшим среди них остается число продаж автомобилей в стране-организаторе и, естественно, перспективы этих продаж.

В прошлом году в России, как проинформировал комитет автопроизводителей Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ), продажи новых легковых и легких коммерческих автомобилей выросли на 39% и составили 2,6 млн штук. Более того, эксперты АЕБ изменили свой прогноз на 2012 г. По их мнению, рост продолжится, и российский рынок увеличится еще на 8%, достигнув уровня продаж в почти 3 млн шт.

При этом бывший председатель комитета автопроизводителей Дэвид Томас считает, что «в России свою роль сыграют такие факторы, как недостаточное количество личных автомобилей в собственности, высокие показатели устаревшей техники, значительный потенциал и инвестиционная активность регионов РФ».

Обнадеживающий прогноз важен для мировых автогигантов. У тех из них, кто сумел обжиться в России, дела идут превосходно. Отгрузки автомобилей группы GM возросли в прошлом году на 53% – до 243 265 шт. (173 474 шт. – под маркой Chevrolet, рост на 49%). Группа Volkswagen нарастила реализацию автомобилей на российском рынке на 74% – до 228 799 машин, из них 118 003 – под маркой Volkswagen (рост в 2 раза), 23 250 – под маркой Audi (рост на 26%). Hyundai отгрузила российским клиентам 163 447 автомобилей (+88%), Kia – 152 873 машины (+47%), группа Toyota – 133 203 шт. (+48%), Ford – 118 031 шт. (+31%).

Российский сегмент на мировом авторынке увеличился до 3,4%.

Российский сегмент на мировом рынке увеличился до 3,4%, причем его расширение произошло с такой скоростью, что многим автоконцернам пришлось срочно перестраивать свою экспортную политику. Ведь первоначально предполагалось, что внимание прежде всего стоит сосре-



Самым продаваемым в России иностранным автомобилем в 2011 г. стал Hyundai Solaris (97 243 машины), за ним следует Ford Focus (82 457 шт., рост на 23% к 2010 г.), Renault Logan (81 909 шт., рост на 30%), Daewoo Nexia (54 567 шт., рост на 24%), Volkswagen Polo (52 100 шт., рост в 5 раз), Kia Rio (49 858 шт., рост на 71%).



ЭКОНОМИЕЙ



Председатель комитета автопроизводителей АЕБ до июля 2012 г. Дэвид ТОМАС:

– Мы сможем воспользоваться преимуществами российского рынка, если покупатели получат постоянный доступ к источникам финансирования, а ритейлерам и производителям будет обеспечен благоприятный инвестиционный климат. В случае соблюдения этих условий рынок легковых и легких коммерческих автомобилей в РФ может показать докризисные темпы роста.

доточить на США и Европе, где ожидалось восстановление докризисного спроса. Однако осторожные европейцы и американцы предпочли не спешить с новыми покупками и поехать пока на старых машинах. Не оправдал ожиданий и Китай, где темпы роста рынка замедлились до 11%, но тем не менее абсолютные показатели впечатляют: 19 млн продаж.

А вот автолюбители развивающихся стран отбросили какую бы то ни было осторожность и на радость автоконцернам выстроились в очередь за новыми автомобилями. Особенно сильно автомобильная лихорадка свирепствовала в Индии и Бразилии, но не избежали этого поветрия и россияне, превысив расчеты экспертов на рост продаж автомобилей на 12%.

Поэтому усиленное внимание к ММАС-2012 вполне естественно. Впервые Московский автосалон займет беспрецедентную площадь – более 100 тыс. кв. м на территории семи выставочных залов двух павильонов МВЦ «Крокус Экспо», чем в очередной раз подтвердит свой статус категории «А», поставивший ММАС в один ряд с прославленными салонами в Детройте, Женеве, Франкфурте и Париже.

НАСТУПЛЕНИЕ ЭЛЕКТРОМОБИЛЕЙ

Московский салон еще впереди. А вот Детройт уже сказал свое слово. Кстати, мир прислушивается к нему с 1907 г., когда в Риверсайд-парке прошла первая выставка автомобилей. Ныне она официально именуется «Североамериканский международный автосалон» и по представительству является одной из самых значимых. К тому же в Детройте находятся штаб-квартиры «большой тройки» американских автопроизводителей — Chrysler, Ford и General Motors.

В январе 2012-го здесь были представлены 36 серийных автомобилей и 20 концептов, а всего в Детройте экспонировалось 500 машин.

Глава Bentley Вольфганг Дюрхаймер сообщил, что в этом году модели Continental GT и Continental GTC получат возможность использовать наряду с бензином и биоэтанол E85. Это позволит улучшить топливную экономичность на 40%. Но, конечно же, самым большим шагом в направлении экологичности для Bentley станет переход к подключаемым гибридам.

С серьезной заявкой в Детройте выступили индийцы. В Tata Technologies создали электрический автомобиль Eto, который должен будет стоить не более 20 тыс. долларов. Eto должна достигать скорости в 100 км/ч и иметь запас хода около 160 км. Свой электромобиль представила и компания Volkswagen. Ее E-Bugster оснащен электромотором

В прошлом году в России продажи новых легковых и легких коммерческих автомобилей выросли на 39% и составили 2,6 млн шт. По мнению экспертов АЕБ, в 2012 г. рост продолжится, и российский рынок увеличится еще на 8%, достигнув уровня продаж в почти 3 млн шт.



Mercedes-Benz SLS AMG E-Cell

Премьера суперкара состоялась в Детройте. Он снабжен четырьмя электромоторами, совокупная мощность которых составляет 526 л.с. Разгон до 100 км/ч занимает всего лишь 4 секунды.

4 Выставки и рынки

Falcon F7

Смелое предложение покупателям в Детройте сделала небольшая фирма Falcon из города Холли в шт. Мичиган. Она показала спорткар Falcon F7, который должен стать альтернативой суперкарам Bugatti и Lamborghini. Компания планирует продать в этом году 10 машин, стоимость каждой начинается с суммы в 225 тыс. долл. Цена Bugatti находится в районе 1 млн долл.



мощностью в 114 л.с. Но он, конечно, не мог тягаться по возможностям с Mercedes-Benz SLS AMG E-Cell, снабженным четырьмя электромоторами, совокупная мощность которых составляет 526 л.с. Разгон суперкара до 100 км/ч занимает всего лишь 4 секунды. В том же направлении работали и китайцы. Их гибридный S6DM является «первым в мире полноприводным двухрежимным электрическим внедорожником». Под капотом модели установлены 2-литровый четырехцилиндровый бензиновый двигатель и три электромотора.

Конструкторы Toyota еще раз продемонстрировали умение японцев мгновенно осваивать технологические новинки. Их розеточный гибридный концепт NS4 оборудован мультитач-экраном, функционирующим как суперсовременный смартфон. Chrysler предложил на обсуждение минивэн новой формы. Daimler и Renault-Nissan объявили о планах по совместному производству четырехцилиндровых моторов на заводе в США.

Chevrolet продемонстрировала два концептуальных купе, созданных под запросы молодых покупателей. Обе машины получили под капот двигатель 1,4L Turbo Ecotec мощностью примерно 150 л.с. с расходом топлива 6 л на 100 км. Стоимость машин при серийном производстве постараются удержать на уровне 20 тыс. долл.

И, наконец, на Детройтском автосалоне были подведены итоги конкурса на лучший автомобиль года североамериканского континента. Первое место среди легковых автомобилей завоевали корейцы с Hyundai Elantra, а лучшим внедорожником объявлен британец Range Rover Evoque. И это, пожалуй, была единственная, по-настоящему заслуживающая внимание новость.



Соревнования за скорость и мощность ушли в прошлое.

Сегодня выигрывает тот, кто запихнет под капот меньше литров и выжмет из них больше «лошадей», кто сможет нафаршировать машину эконом-класса премиальной электроникой, кто сделает по-настоящему красивый автомобиль, которому простят то, что он не может быстро ехать.



Nissan Versa

На автосалоне в Детройте компания Nissan показала пять новых и обновленных моделей, которые поступят в продажу в 2013 г. Среди них: хэтчбек Versa, паркетник Pathfinder, седан Altima, кроссовер Rogue следующего поколения и новая Sentra.



Конструкторы Toyota еще раз продемонстрировали умение японцев мгновенно осваивать технологические новинки. Их розеточный гибридный концепт NS4 оборудован мультитач-экраном, функционирующим как суперсовременный смартфон.

НЬЮ-ЙОРКСКИЙ АВТОСАЛОН

Нью-Йоркский автосалон не входит в категорию «А», но примечателен тем, что является старейшим в мире (существует с 1900 г.) и весьма популярен в США. В начале апреля на нем было представлено более 30 новинок и обновленных версий 2013-го модельного года, в том числе летающий автомобиль. Автосалон в Нью-Йорке традиционно служит индикатором состояния местного автомобильного рынка, на котором властвует потребитель, желающий видеть вместительные, недорогие, но при этом престижные модели. Среди североамериканских премьер несомненной звездой стал суперкар Dodge Viper пятой генерации. Он сменил имя на SRT Viper, но по-прежнему остался одним из самых мощных, быстрых и культовых автомобилей.

На Нью-Йоркском автосалоне был объявлен победитель престижного мирового конкурса «Автомобиль года». В третий раз за всю историю премии победа досталась марке Volkswagen – компактному VW up! В следующем году автосалон состоится с 29 марта по 7 апреля.



СЕНСАЦИЙ НЕ БЫЛО

В марте автопроизводителей принимала Женева, в которой проходил 82-й Международный автосалон. Он еще раз подтвердил, что на автомобильном рынке сейчас обозначились две основные тенденции.

Первая – пока еще в значительной степени дань моде и стремлению подчеркнуть приверженность прогрессу и гуманитарным ценностям. Речь идет о различных гибридах и электромобилях.

А вот вторая тенденция куда серьезнее. Сводится она к тому, что соревнования за скорость и мощность ушли в прошлое. Сегодня выигрывает тот, кто, по выражению экспертов, «запахнет под капот меньше литров и выжмет из них больше «лошадей», кто сможет нафаршировать машину эконом-класса премиальной электроникой, кто сделает по-настоящему красивый автомобиль, которому простят то, что он не может быстро ехать. Тот, кто ухитрился продать две совершенно одинаковые машины, которые отличаются друг от друга весьма символически, но умудряются на полном серьезе конкурировать друг с другом».

Наиболее ярким воплощением этого направления стала главная новинка Женевского салона Audi A3. По общему мнению, она получилась более чем посредственной, хотя конструкторы снабдили ее и точкой Wi-Fi в салоне, и «дружелюбным интерфейсом», и постарались подчеркнуть родовые черты бренда. Но не было в ней той новизны, которая позволила бы фанату Audi почувствовать, что он приобрел более современную, принципиально отличную от старой, машину.

Так же действуют и остальные автоконцерны. Что это? Кризис жанра или обычная осторожность, которая заставляет умерять фантазию дизайнеров и проектировщиков в опасении новой волны финансового кризиса? Возможно и другое: автопром вышел на плато и пока не пройдет его до конца, о новом качественном рывке не может быть и речи. В дороге, как известно, не до новых приобретений. Не растерять бы старый багаж.

«КРАСНОЕ ЗНАМЯ» ПЕКИНСКОГО АВТОСАЛОНА

Проходившая в 12-й раз Auto China–2012 удивляла скорее размахом, нежели открытиями. На площади в 187 тыс. кв. м 2100 экспонентов из 18 стран выставили 890 автомобилей, в том числе 55 концептов.

За два десятилетия выставка в Пекине сумела войти в шестерку самых престижных автомобильных салонов мира. Такой успех закономерен, если учесть, как стремительно развивается автомобилестроительная промышленность Китая. Уже предыдущая Auto China–2010 вызвала у специалистов и журналистов большой интерес, чем автосалон в Женеве. И это понятно: в КНР стремительно растет число продаж автомобилей, здесь давно работают заводы крупнейших автокомпаний мира. А самое главное – правительство Китая вкладывает огромные средства в развитие национального автопрома. Поэтому Auto China стала местом, где встречаются производители и покупатели, конструкторы и дизайнеры, где заключаются многомиллионные сделки.

Сами же хозяева выставки показали MG Icon. Этот концепт, по мнению китайцев, может быть доведен до стильного компактного кроссовера, который призван возродить славу спортивных машин MG. А компания Great Wall представила новый вседорожник – H7. Автомобиль стал самой большой полноприводной моделью, выпущенной под этой маркой.

Но куда экзотичнее смотрелись автомобили марки Hongqi («Красное знамя»). Лимузин, который выпускался компанией First Automobile Works (FAW) вплоть до 1981 г., получил свое имя в честь машины Председателя Мао. На нынешней Auto China FAW показал под маркой Hongqi сразу две модели — флагманский седан L7, выполненный в стилистике машин эпохи «холодной войны» и начала роста военно-политического могущества КНР, и уже готовый к производству предсерийный прототип H7. Компания намерена вложить в производство 1,7 млрд долл.

В общем, как признавались специалисты, в Пекине было очень интересно, но малоознавательного, что еще раз подтвердило общее мнение: сюрпризов ждать пока рано.

Андреас ШЛЕПЕТИС



Lamborghini Urus

Главной премьерой пекинской выставки стал концепт Lamborghini Urus. Он был несомненной звездой этого салона, хотя мало кто сомневается, что машина не появится в шоу-румах дилеров в ближайшие 4–5 лет. Компания рассчитывает продавать не менее 3 тыс. экземпляров в год, что превышает нынешние продажи марки вдвое.

Концепт-купе Mercedes-Benz, показанный в Пекине, дал возможность представить, в каком направлении разрабатывается облик автомобилей будущего в Штутгарте.



Porsche Cayenne GTS

Специалистов на Пекинском автосалоне заинтересовал Porsche Cayenne GTS с мотором в 420 л.с., который должен занять место в линейке бренда между моделями S и Turbo. Porsche Cayenne второго поколения уже стал бестселлером среди люксовых внедорожников.

VIII международная
специализированная выставка



МЕБЕЛЬНЫЙ КЛУБ

10–13 октября 2012 года
МВЦ «Крокус Экспо»



Организатор:

 **КРОКУС ЭКСПО**
Международный выставочный центр

Информационная
поддержка:

 **Красивые
дома**

Информационный партнер
МВЦ «Крокус Экспо»:

 **БВ**

65–66 км МКАД (пересечение МКАД и Волоколамского шоссе)
ст. м. «Мякинино»
Тел./факс: +7 (495) 223–42–14
E-mail: nva@crocus-off.ru, www.mebelclub.com

В ПЕРЕД, В

Люди, объединенные страстью к автомобильной старине, уже много лет встречаются на выставке «Олдтаймер Галерея», которая нынешней осенью отпразднует свой юбилей – она состоится в 20-й раз. Выставка пройдет в «Крокус Экспо» с 27 по 30 сентября. За время своего существования «Олдтаймер Галерея» стала главным форумом реставраторов и коллекционеров старых автомобилей в России и странах Восточной Европы.

Ближайшие аналоги «Олдтаймер Галереи» – парижское шоу Retromobile и немецкая выставка Retro Classics – проходят слишком далеко. Главный вдохновитель проекта – известный коллекционер Илья Сорокин решил создать беспрецедентную по своим масштабам и красоте выставку автомобилей, где нашлось место и европейской классике, и американскому шику, и русской смекалке. Каждый раз в экспозиции выставки только лучшие автомобили: победители конкурсов элегантности и триумфаторы сложнейших гонок, покорители сердец, сладкие грёзы и недоступные мечты целых поколений. Каждую выставку «Олдтаймер Галерея» посвящает определенной теме.



Илья Сорокин считает шедевром «Олдтаймер Галереи» дореволюционный автомобиль «Руссо-Балт», тип К 12/20, 1911 г. – детище русско-балтийского вагонного завода в Риге.



Новая тематика выставки пока держится в секрете, который каждый посетитель сможет разгадать сам, придя на юбилей «Олдтаймер Галереи» в «Крокус Экспо».

Главным событием 18-й «Олдтаймер Галереи» стало празднование величайших юбилеев мирового автомобилестроения – 125-летия изобретения автомобиля и 115-летия создания первого российского автомобиля. По этому случаю на стенде компании Mercedes-Benz демонстрировался специально привезённый из Германии Benz Patent-Motorwagen Nr.1 – трёхколесный автомобиль, запатентованный Карлом Бенцем в 1886 г.

ПРОШЛОЕ



Советский автомобиль «Киев-Спорт», 1959 г. – уникальный спорткар, выпущенный в трех экземплярах.



Легендарный «автомобиль Штирлица» Mercedes-Benz 230 W143, 1938 г., на котором ездил разведчик в культовом фильме.



Роскошный немецкий Horch 853A, 1937 г.



На 16-й выставке «Олдтаймер Галерея» можно было увидеть серию роскошных автомобилей марки Cadillac, например Cadillac V16 Fleetwood Town Car, модель 5825, 1935 г., с V-образным 16-цилиндровым двигателем.



На 17-й выставке была удивительная секция компании «Лейбштандарт», специализирующейся на военном антиквариате. В экспозиции был выставлен бронетранспортер SD KFZ 250/5, 1941 г.

Елена КРЕМЕНЕЦКАЯ

«Олдтаймер Галерея» всегда отличалась своей особенной и неповторимой концепцией, погружением в атмосферу прошлого. Поэтому на юбилейной, 20-й, выставке будет много стильной ретро-музыки, винтажных костюмов, аксессуаров и, разумеется, много старинных автомобилей.

Автомобили

Выставка, организатор	Время проведения	Место проведения	Контакты
IAA CARS COMMERCIAL VEHICLES VDA	20–27.09.12	Германия Ганновер	www.vda.de; email@iaa.de тел. +49 (0) 69 97 507 0; факс +49 (69) 97 507 261
XX ОЛДТАЙМЕР ГАЛЕРЕЯ ИЛЬИ СОРОКИНА Олдтаймер	27–30.09.12	Россия Москва	www.oldtimer.ru; gallery@oldtimer.ru тел./факс +7 (495) 505 5330
MONDIAL DE L'AUTOMOBILE AMC Promotion	29.09 – 14.10.12	Франция Париж	www.amcpromotion.com; info@amcpromotion.com тел. +33 (0)1 56 88 22 40; факс +33 (0)1 42 56 50 80
CARAVANING BRNO BVV	4–7.10.12	Чехия Брно	www.bvv.cz; info@bvv.cz тел. +420 541 15 25 87; факс +420 541 15 30 79
AUTOCLASSICO Exponor	5–7.10.12	Португалия Порто	www.exponor.pt; info@exponor.pt тел. +351 22 998 14 00; факс +351 22 9957499
SALAO INTERNACIONAL DO AUTOMOVEL Fira de Barcelona	6–14.10.12	Испания Барселона	www.firabcn.es; info@firabcn.es тел. +34 93 233 20 00; факс +34 93 233 21 98
AIMS FCAI, VACC	19–28.10.12	Австралия Сидней	www.motorshow.com.au; vacc@vacc.com.au тел. 61 (03) 9829 1111; факс 61 (03) 9820 3401
МЕЖДУНАРОДНЫЙ АВТОТРАНСПОРТНЫЙ ФОРУМ «Продвижение»	22–24.10.12	Россия Москва	www.maf-trans.com; forum@maf-expo.com тел. +7 (495) 781 5424; факс +7 (495) 665 7673
AAPEX William T. Glasgow, Inc.	30.10 – 1.11.12	США Лас-Вегас	wtglasgow.com; brian@wtglasgow.com тел. +1 (708) 226 1300; факс +1 (708) 226 1310
ISTANBUL AUTOSHOW ITF	2–11.11.12	Турция Стамбул	www.itf-exhibitions.com; info@itf-exhibitions.com тел. +90 (212) 663 08 81; факс +90 (212) 663 09 73
SIMS – SAUDI INTERNATIONAL MOTOR SHOW Al Harithy Company for Exhibitions Ltd.	3–7.11.12	Саудовская Аравия Джидда	www.acexpos.com; international@acexpos.com тел. +44 (0)20 7223 3431; факс +44 (0)20 7228 4229
TOURISTIK & CARAVANING Leipziger Messe	21–25.11.12	Германия Лейпциг	www.leipzig-messe.de; info@leipzig-messe.de тел. +49 341 678 8180; факс +49 341 678 8182
AUTO GUANGZHOU China Foreign Trade Guangzhou Exhibition Corp.	23.11 – 2.12.12	Китай Гуанчжоу	www.fairwindow.com; marketing@fairwindow.com.cn тел. +86 (0) 20 8667 3473; факс +86 (0) 20 8666 3416
CENTRAL FLORIDA INTERNATIONAL AUTO SHOW Motor Trend Auto Shows, Inc.	25–28.11.12	США Орlando	www.motortrendautoshow.com; lisa.gelb@primedia.com тел. +1 (717) 671 4300; факс +1 (717) 671 4303
INTERNATIONAL AUTOMOBILE SHOW Expo Centre Sharjah	28.11 – 1.12.12	ОАЭ Шарджа	www.expo-centre.ae; info@expo-centre.ae тел. +971 6 577 0000; факс +971 6 577 0111
ESSEN MOTOR-SHOW Messe Essen GmbH	1–9.12.12	Германия Эссен	www.messe-essen.de; info@messe-essen.de тел. +49 (0) 201 724 40; факс +49 (0)201 724 4248
MOTOR SHOW BOLOGNA Bologna Fiere	7–16.12.12	Италия Болонья	www.bolognafiere.it; bolognafiere@bolognafiere.it тел. +39 (0)5 12 82 111; факс +39 (0)5 12 82 332
ADIMS – ABU DHABI INTERNATIONAL MOTOR SHOW Reed Exhibitions-FZ-LLC	19–23.12.12	ОАЭ Абу-Даби	www.reedexpo.ae; info@sitdubai.com тел. +971 2 444 6113; факс +971 2 444 3768
NAIAS John Bailey & Associates	14–27.01.13	США Детройт	www.baileypr.com; naias-media@baileypr.com тел. +1 (248) 362 4200; факс +1 (248) 362 3428
BRUSSELS INTERNATIONAL MOTOR SHOW Febiac	11–20.01.13	Бельгия Брюссель	www.febiac.be; info@febiac.be тел. +32 (0)2 778.64.00; факс +32 (0)2 762 81 71
CMT Messe Stuttgart International	12–20.01.13	Германия Штутгарт	www.messe-stuttgart.de; info@messe-stuttgart.de тел. +49 (0) 711 258 9 550; факс +49 (0)711 258 9 440
SALON INTERNATIONAL DE L'AUTOMOBILE DE MONTREAL CCAM	18–27.01.13	Канада Монреаль	www.ccam.qc.ca; info@ccam.qc.ca тел. +1 (514) 331 6571; факс +1 (514) 331 2045
AUTOTAGE HANNOVER Deutsche Messe Hannover	26.01 – 3.02.13	Германия Ганновер	www.messe.de; info@messe.de тел. +49 511 89 0; факс +49 511 89 32626
RETROMOBILE Comexposium	6–10.02.13	Франция Париж	www.comexposium.com; infos@exposium.fr тел. +33 (0)1 76 77 11 11; факс +33 (0)1 76 77 12 12
MOTOR TREND INTERNATIONAL AUTO SHOW / BALTIMORE Motor Trend Auto Shows, Inc.	6–10.02.13	США Балтимор	www.motortrendautoshow.com; lisa.gelb@primedia.com тел. +1 (717) 671 4300; факс +1 (717) 671 4303
AUTOSALON NUERNBERG AFAG	27.02 – 3.03.13	Германия Нюрнберг	www.afag.de; info@afag.de тел. +49 (0) 18 05 86 07 00 0; факс +49 (0) 18 05 86 07 00 500
SALON INTERNATIONAL DE L'AUTOMOBILE DE GENEVE Geneva Palexpo	7–17.03.13	Швейцария Женева	www.geneva-palexpo.ch; info@geneva-palexpo.ch тел. +41 22 761 11 11; факс +41 22 798 01 00
AUTO SHANGHAI SIEC	21–29.04.13	Китай Шанхай	www.siec-ccpit.com; info@siec-ccpit.com тел. +86 (21) 6279 2828; факс +86 (21) 6545 5124
NEW YORK INTERNATIONAL AUTO SHOW (NYIAS) GNYADA	29.03–7.04.13	США Нью-Йорк	www.gnyada.com; assistance@gnyada.com тел. +1 (718) 746 5900; факс +1 (718) 746 5557
AUTORAI Amsterdam RAI	2–14.04.13	Нидерланды Амстердам	www.rai.nl тел. +31 (0) 20 549 12 12; факс +31 (0) 20 549 18 89
MOTOR SHOW BRATISLAVA Incheba Jsc	23–28.04.13	Словакия Братислава	www.incheba.sk; incheba@incheba.sk тел. +421 2 6727 1111; факс +421 2 6241 1838



11-я международная специализированная выставка
ПОЖАРНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ XXI ВЕКА

Москва, МВЦ «Крокус Экспо», I павильон
25-28 сентября 2012 года

МЕРОПРИЯТИЯ, ПРОВОДИМЫЕ В РАМКАХ ВЫСТАВКИ:

- Демонстрация в действии пожарных автомобилей, средств, систем и изделий по тушению пожаров
- Научно-практические конференции, семинары и презентации экспонентов
- Совещания специалистов отрасли, министерств и ведомств

КОНКУРСЫ:

- «Лучшее техническое решение в области пожарной безопасности»
- «Лидер продаж продукции пожарно-технического назначения»
- «Лучшие материалы и наглядные пособия по организации обучения населения мерам пожарной безопасности и противопожарной пропаганде»



Организатор:

 **КРОКУС ЭКСПО**
Международный выставочный центр

Информационный партнёр МВЦ «Крокус Экспо»:



Генеральный
информационный партнёр:



Главный
информационный партнёр:



Главный
Интернет-партнёр:



Региональный
медиа-партнёр:



Дирекция выставки:

Тел./факс: +7 (495) 727-25-98

E-mail: fireexpo@crocus-off.ru

<http://www.fireexpo.ru>

ОСТАТКИ РАЯ

С 10 по 13 сентября 2012 г. в МВЦ «Крокус Экспо» пройдет Международная выставка цветов, растений, техники и технологий для цветоводства и ландшафтного дизайна «ЦветыЭкспо/ FlowersExpo».



Для людей, ценящих красоту, цветы – это воплощение природного совершенства, «остатки рая на земле». Ну а для профессионалов торговля этой красотой во все времена была довольно прибыльным занятием.

Российский рынок цветов начал бурно развиваться в середине 1990-х. Поначалу основу его составляли торговцы с рук и владельцы мелких палаток. В начале 2000-х появились солидные цветочные магазины и салоны, которые некоторое время лидировали на рынке. А сравнительно недавно заработали и сетевые брендовые проекты, имеющие собственный фирменный стиль и единую концепцию. До 2010 г. прирост рынка составлял 20–23% в год. В 2011 г. его объем оценивался примерно в 4 млрд долл., а рост по сравнению с предыдущим годом составил уже около 30%.

Московский цветочный рынок является крупнейшим в стране, его доля составляет около 20%. Нужно заметить, что здесь имеется в виду в основном не производство, а продажа цветов. Доля собственной цветочной продукции очень мала, более 90% составляет импорт.

Крупнейший поставщик живых цветов в Россию – Голландия с долей рынка около 80%. Россия входит в десятку крупнейших покупателей голландских цве-

тов. Среди крупных поставщиков также Литва, Чехия, Израиль. Но все участники рынка цветочного бизнеса знают, что Голландия сама не производит столько цветов, сколько продает. Эта страна давно превратилась в гигантский перекресток, перевалочный пункт, куда свозятся цветы со всего мира. Прежде в графе «Страна происхождения» в таможенных декларациях «голландских» роз значился чаще всего Эквадор. Однако постепенно ось стала смещаться на Восток, где Индия, Бангладеш, Пакистан активно стали выращивать цветы для экспорта. Они предлагают цветы по более низким ценам, да и транспортировка в Европу из этих регионов проще.

Эти тенденции в цветочном секторе мирового рынка, где лидерские позиции долгое время неизменно принадлежали одним и тем же игрокам, придают особый градус выставочным мероприятиям. Благодаря заинтересованной поддержке многих участников «ЦветыЭкспо» быстро становится успешным выставочным проектом.

Главный плюс цветочного бизнеса по-русски – это быстрая окупаемость и высокая рентабельность. Конечно, показатели разных цветочных магазинов могут различаться в разы, однако абсолютные цифры говорят о том, что количество продаж и продав-



Оптовики, давно привыкшие мерить количество цветов на килограммы, подсчитали, что «миллион алых роз» весил бы около 30–50 т (в зависимости от сорта). При этом весь российский цветочный рынок оценивается в 48–50 т в год.

цов с каждым годом растет. Эксперты связывают это с низким порогом входа на рынок и высокими наценками на продукцию. Розы, которые в уличном магазинчике можно купить по 120–160 руб. за штучку, а в букете, составленном флористом, и вовсе по космической цене, у оптовиков продаются на вес. Стоимость 1 кг роз составляет 8–11 долл., это примерно 4–5 руб. за цветок. Даже с учетом того, что часть этой скоропортящейся продукции придется выбросить, наценки впечатляют.

Все розничные флористические компании закупают цветы у оптовиков. Десяток основных импортеров контролируют свыше 90% оптового рынка. Наиболее крупные из них – «Старлайт», «7 цветов», «Амадей» и «Грин Лайн». Продажа цветов в розницу у нас в основном происходит в цветочных павильонах, киосках и ларьках, совокупная доля которых составляет 70%. На долю цветочных салонов и бутиков приходится около 10%. А самая перспективная на сегодня

модель флористического бизнеса – Интернет-магазин. Чтобы его создать, достаточно найти хорошего флориста, арендовать на оптовом складе цветов небольшое помещение или даже стол для создания букетов и открыть сайт. Совокупные стартовые расходы совсем невелики, это вполне посильные инвестиции для малого предпринимательства, и именно так начинали свою деятельность многие ныне процветающие флористические фирмы.

В России цветочный бизнес имеет свои специфические сезонные ритмы. Если в Европе покупка цветов – рядовое повседневное событие, то в России это элемент праздника. Простые люди тратятся на букеты лишь несколько раз в году: в марте, на день рождения, детям на 1 сентября, ну и на пару свиданий девушке. Соответственно, в марте торговцы цветами делают до 45% годового оборота, летом рынок замирает, зато в сентябре начинается новый пик продаж. Считается, что сентябрь – самое благо-

приятное время для вхождения в бизнес. Отчасти этим обусловлен выбор даты для выставки Flowers Expo–2012 в «КрокусЭкспо».

Перечень профессиональных товаров для цветов очень широк: сюда входят инструменты и оборудование для работы цветоводческих хозяйств и оформления цветочных магазинов. Например, тепличным комбинатам и оранжереям нужны системы для поддержания температурного режима и освещения; оборудование для полива, приготовления и внесения удобрений; измерительные приборы, тепличная автоматика, системы управления микроклиматом; минерализованные субстраты. Розничных продавцов интересует оборудование для магазинов – стеллажи, стойки, горки, холодильные камеры, рабочие столы и инструменты для флористов, вазы, горшки, корзины, упаковка для цветов и материалы для оформления композиций, сувениры, а также специальная литература. Ландшафтных дизайнеров привлекают садовые растения новых устойчивых сортов, садовый декор, поддержки, решетки и сетки для растений, садовое освещение, факелы, флюгеры и туманообразователи, оборудование для декоративных водоемов, помпы и подсветки для фонтанов. Все это и многое другое будет представлено на выставке «ЦветыЭкспо». И, конечно, для профессионалов будут организованы мастер-классы известных флористов.

На «FlowersExpo» всегда бывает много цветоводов-любителей, которые приходят, чтобы выбрать что-то особенное для своего любимого сада или просто полюбоваться экспонатами, бесспорно, одной из самых красивых выставок сезона.

Организаторы «ЦветыЭкспо/FlowersExpo» – Международный выставочный центр «Крокус Экспо» и выставочная компания «ГринЭкспо».

Ирина КОНДРАШОВА

Сегодня в Москве действуют около 150 успешных цветочных Интернет-проектов.



В последнее время доля Голландии на рынке России стала постепенно уменьшаться за счет того, что Дания, Италия и другие европейские государства все чаще соглашаются работать с Россией напрямую, а не через голландские аукционы.

ЦВЕТОЧНОЕ

Еще Редьярд Киплинг говорил, что Англия похожа на сад, полный цветов. Большая часть жителей Великобритании разделяют это мнение. Любовь англичан к цветам и садоводству – их неоспоримая национальная особенность, это их страсть, нашедшая отражение не только в повседневной жизни, но и в искусстве, литературе, даже в названии войн. Ну кто еще мог придумать такое: Война Алой и Белой розы? Только англичане.



Сады и чай – вот две вещи, без которых англичанин не мыслит своей жизни. Мечта каждого британца – изящное чаепитие в прелестном саду. Вот почему столь популярна знаменитая Выставка цветов в Челси, которая проходит ежегодно в мае. Широкомасштабное шоу с особой драматургией, на котором на суд жюри выставляются около тысячи цветочных экспонатов, назвать просто выставкой трудно – это некое театрализованное действие, фестиваль со своими устоявшимися традициями и в то же время каждый раз – новый и неожиданный. Его организатором является Королевское общество цветоводов.

Цветы (здесь есть экспонаты как британских, так и иностранных цветоводов) занимают 4 га территории Королевской больницы в Челси, из них 1,5 га отданы под крытые павильоны. Здесь царит уникальная атмосфера, когда на равных общаются и профессионалы, и завявшие садовники, и обычные посетители, которые хотят просто полюбоваться выставкой. Их объединяет одно – страсть к растениям. Свою продукцию в этом году показали 550 экспонентов.

На выставку в Челси попасть не просто – билеты надо заказывать заранее, с ноября по апрель. Такой порядок был введен с 1979 г., когда наплыв посетителей был столь велик, что пришлось убрать входные турникеты, чтобы избежать давки. Тогда и приняли решение ограни-



ШОУ В ЧЕЛСИ

Значимость выставки трудно преувеличить: на открытие традиционно прибывает королевская семья во главе с королевой.

читать количество продаваемых билетов. В первые два дня выставка открыта только для членов Королевского общества цветоводов.

Челси, где проводится выставка цветов, – это старейший ботанический сад Англии, основанный в 1673 г. Почтенным обществом аптекарей для обучения новичков искусству идентификации растений. Со временем сад превратился в один из крупнейших в мире центров изучения ботаники и обмена растениями. Сегодня он насчитывает более 5 тыс. образцов различных растений, в том числе тропических, субтропических, происходящих из засушливых районов планеты, редких и находящихся на грани исчезновения. Здесь, в частности, можно увидеть самое старое в Британии плодоносящее дерево оливы и самое северное на планете дерево грейпфрута, растущее в открытом грунте.

Выставка цветов переехала на территорию Королевской больницы в Челси из парков Кенсингтонского дворца почти 100 лет назад, в 1913 г. (тогда в ней приняли участие 244 экспонента). Сама же традиция проводить ежегодные весенние цветочные выставки существует с 1862 г. Перерыв был сделан только на годы Второй мировой войны.

В Челси свои законы, диктуемые строгим английским вкусом и правилами хорошего тона. Так, здесь запрещено использовать цветные скульптуры. Так что садовым гномам, столь любимым многими садоводами, вход в это аристократическое общество заказан. (Одна из конкурсанток как-то контрабандой протащила на свой стенд гнома, за что была наказана.)

Знаток говорят, что по размеру выставки на пятки Челси наступают летнее цветочное шоу в Хэмптон Корт. Но на престижность Челси не посягает никто.

Ирина МУРАВЬЕВА



Большая маркиза (тент), которую соорудили для выставки 1951 г., была внесена в Книгу рекордов Гиннеса как самый большой в мире тент, он занимал 1,4 га. Лишь в 2000 г. его разобрали и заменили на современную модульную конструкцию. Остатки старого тента разрезали и сшили из него 7 тыс. сумок, передников, курток и другой сувенирной продукции, которую с удовольствием раскупили посетители выставки.





ПУТЬ В ВЫСШЕЕ

Назвать спортивный автомобиль «ягуаром» само по себе было хорошим маркетинговым ходом. Но столь многозначительное имя нужно было сначала оправдать, а потом и приучить к нему богатую публику.

КАК УГОДИТЬ ЖЕНЩИНЕ

Побудительные мотивы запуска проектов, ставших впоследствии знаменитыми, бывают чаще всего случайными, а то и странными. Так, известный ныне всему миру автомобиль «ягуар» обязан своим рождением желанием угодить молодой девушке.

В 1921 г. молодой человек по имени Уильям Лайонс из английского города Блэкпул задумал жениться. В качестве одного из аргументов, который должен был помочь ему завоевать расположение юной леди, Уильям решил использовать свой мотоцикл. По тем временам это была большая редкость, выгодно отличавшая паренька от прочих воздыхателей. Но катать даму на багажнике тогда считалось дурным тоном, и Лайонс решил заказать коляску к нему.

Заказ он разместил у своего приятеля Уильяма Уэлмсли, владевшего авторемонтной мастерской там же, в Блэкпуле. Ну а чтобы творение полностью соответствовало прекрасному грузу, который Уильям собирался разместить в коляске, проектировать ее он взялся сам. У Лайонса, несомненно, были художественные способности: коляска получилась элегантной, со стремительными обводами. Восторгом невесты и ее подружек не было конца. Ей даже придумали имя – Sidecar Swallow – коляска-«ласточка».

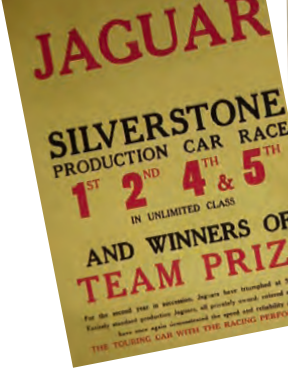
Через год после свадьбы молодой супруг начал подумывать о финансовых перспективах семьи. Они не были радужными. Вот тут Лайонс и вспомнил об успехе коляски-«ласточки». Его друг Уэлмсли охотно согласился войти в компанию, которая должна была заниматься производством колясок для мотоциклов по образцу Sidecar Swallow. А деньги – 1000 фунтов – заняли у тестя Лайонса.

Партнеры сумели так хорошо организовать процесс, что ежедневно делали до десяти колясок. И хотя каждая стоила 21 фунт – деньги немалые, раскупали их охотно.



Прародитель шикарного «ягуара» – мотоциклетная коляска-«ласточка», которую молодой Уильям Лайонс спроектировал, чтобы добиться взаимности у своей девушки.

ОБЩЕСТВО



За четыре года предприятие окрепло, а Лайонс и Уэлмсл стали подумывать о том, чтобы взяться за изготовление кузовов автомобилей. Эксперимент решили провести над Ostin 7 – маленькой машинкой с 4-цилиндровым двигателем мощностью в 15 л.с. Из этого уродца их стараниями получился недорогой спорт-кар.

Узнав об успехе, руководство Ostin выдало мастерской заказ на изготовление легких алюминиевых кузовов, благодаря чему скорость автомобиля выросла с 35 до 80 км/час. Это был серьезный успех, в том числе и финансовый, и в конце 1927 г. предприятие Лайонса и Уэлмсли смогло, наконец, перебраться в столицу британского автомобилестроения – Ковентри. Число заказчиков резко выросло. К Ostin присоединились Fiat, Swift и Standard. А в 1931 г. на Лондонском автосалоне был представлен первый собственный автомобиль Лайонса – SS-1.

Но куда двигаться дальше? Лайонс настаивал на выпуске дорогих автомобилей, Уэлмсли же был сторонником машины для среднего класса. Споры зашли так далеко, что в 1933 г. партнеры расстались. Лайонс стал единоличным владельцем компании SSCars Ltd. В начале 1935-го он предложил рынку SS90 – такую скорость, 90 миль/час, развивал автомобиль.

Но это была лишь генеральная репетиция. Премьера состоялась осенью того же года в лондонском отеле Mayfare, где Лайонс с соратниками показал спорт-родстер SS 100 Jaguar. Машина была не только красивой, но и амбициозной. Табличка с цифрой «100», красовавшаяся на капоте, гарантировала владельцу невиданную скорость в 100 миль в час. Ну и, конечно, льстило грозное название Jaguar.

Салон автомобиля отделявали буковым шпоном и дорогими тканями, по заказу устанавливали даже радиоприемник. В общем, SS 100 Jaguar покорила не только британцев, но и избалованных роскошными машинами американцев. В результате до начала войны было выпущено 309 новых «ягуаров».

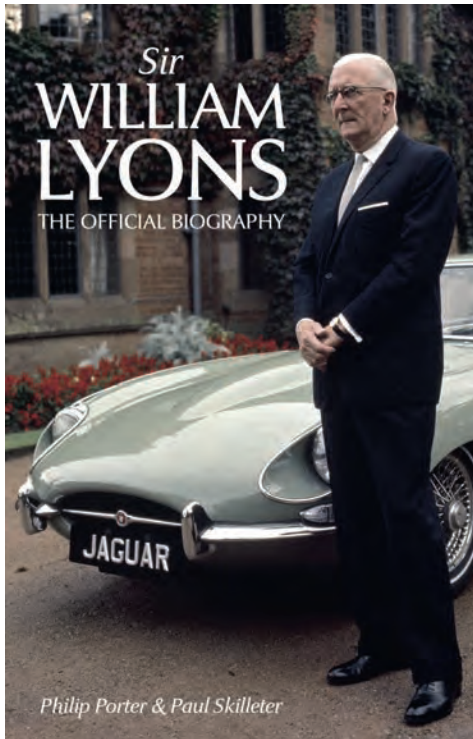


Осенью 1935 г. в лондонском отеле Mayfare публике впервые был представлен автомобиль, в самом названии которого была заложена идея скорости – «ягуар». Это был спорт-родстер SS 100 Jaguar. Табличка с цифрой «100» на капоте, гарантировала владельцу невиданную скорость в 100 миль в час.



За 50 лет Jaguar семь раз выигрывал Ле-Ман, дважды – мировой чемпионат, а также ралли в Монте-Карло и бесчисленное количество менее значимых соревнований.





В 1956 г. Уильям Лайонс получил дворянское звание и удостоился чести принимать на своем заводе королеву Елизавету II, которая для своего гаража приобрела Jaguar MKVII.

В 60-е Jaguar Cars вступила в расцвете могущества. По престижности автомобили Jaguar пресса сравнивала только с Ferrari и Rolls-Royce.



ГОНКИ ЗА ПРИБЫЛЬЮ

Годы войны и послевоенный период оказались тяжелыми как для фирмы Лайонса, так и для всей автомобилестроительной промышленности Британии. Металл строго лимитировался, сырьё для производства покрышек было мало, да и продажу бензина государство ограничивало. И тем не менее английские производители упорно держались за пышный декор и пожирающие горячее мощные моторы. Этот не самый разумный курс привел к краху некоторых фирм, а положение остальных оказалось весьма неустойчивым.

В 1946 г. по стране прошла волна забастовок, в которых приняли участие и рабочие Jaguar Cars (так теперь называлась компания). Уильяму Лайонсу удалось уговорить профсоюзных лидеров повременить с их требованиями. Единственный выход он видел в расширении экспорта. Компания лихорадочно налаживала связи в США, Франции, Швейцарии, Дании, Австрии и Бельгии.

За три следующих года было произведено 12 тыс. автомобилей Jaguar, из которых примерно треть отправилась на экспорт, главным образом в Северную Америку, с тех пор основной внешний рынок для Jaguar Cars.

В 1949 г. на Нью-Йоркском автосалоне детище Лайонса собрало восторженные отзывы и массу заказов. Руководители Jaguar Cars оказались в затруднительном положении: лимиты на алюминий не позволяли их выполнить. После долгих расчетов решили делать кузова из тонких стальных листов. И не прогадали. Машина в Америке пошла на «ура», а у компании появились средства на модернизацию.

Не менее удачна была политика Лайонса в отношении поставщиков комплектующих. Их он уверял, что если те поднимут цены, то, естественно, вырастет и стоимость автомобиля, и фирма тогда разорится, а поставщики останутся без заказов. Этот несложный шантаж позволял на протяжении многих лет поддерживать уровень дивидендов акционеров на высоте. Кстати, самый большой пакет акций был у самого Лайонса.

Но в начале 50-х главе Jaguar Cars пришлось поджаться. Требовались средства на спортивную программу. В те годы самым престижным считался 24-часовой марафон во французском Ле-Мане, победа в котором обеспечивала рекламу и сбыт. К соревнованиям 1951-го фактически на базе XK120 в компании собрали в трех экземплярах первый гоночный автомобиль.

Две машины не дошли до финиша, но третья, С-туре с Питером Уокером и Питером Уайтхедом, одержала победу.

Триумф Jaguar Cars пришелся на резкий подъем британской экономики. Газеты констатировали: «Дела никогда не шли так хорошо!», благосостояние населения росло, покупательная способность увеличивалась. Многие семьи задумывались о приобретении машин. А уж если брать автомобиль, то, конечно, той марки, которая так прославилась в Ле-Мане.

Мудрый Лайонс оказался прозорлив. Еще в 1949 г. он открыл при компании курсы, где могли проходить тренинг сотрудники расширявшейся сервисной сети. В 1954 г. была сформирована компания Jaguar Cars North America Corp., которая получила права официального импортера Jaguar. А тут еще правительство заказало одну из моделей Jaguar для полиции. В итоге годовой выпуск достиг 10 тыс. автомобилей, а прибыль перевалила за 200 тыс. ф. ст.

В 1989 г. компания Jaguar стала филиалом фирмы Ford.

Silverstone 1949 г. –
быстрейший «ягуар»
из всех «ягуаров».



ПОКУПКИ И ПРОДАЖИ

В 60-е Jaguar Cars вступила в расцвете могущества. В состав компании вошла даже фирма Daimler. Однако, судя по начавшимся финансовым трудностям, выбор партнера был не самым удачным. Требовался кто-то покрепче, и в 1966 г. Jaguar Cars объединяется с British Motor Corporation.

Тем не менее модельная политика компании оставалась неизменной. С 1961 по 1988 г. она представила целый ряд спортивных купе и представительских седанов, отличавшихся высокой ценой и такими же высокими характеристиками. По престижности автомобили Jaguar пресса сравнивала только с Ferrari и Rolls-Royce. Но наступили другие времена: бензин дорожал, да и рынок все больше ориентируется не на оригинальничавших миллионеров, а на средний класс. Наиболее прозорливые руководители автомобилестроительных фирм начинают внимательно изучать вкусы врачей, адвокатов, инженеров. «Надежно, качественно, по разумной цене и большим тиражом» – вот лозунг автогигантов того времени.

Тот, кто его не разделял, либо закрывал производство, либо продавал его. Именно поэтому в 1989 г. компания Jaguar стала филиалом фирмы Ford. Но на модельной политике компании это опять не отразилось. Не заставляя же такого «аристократа», как Jaguar, возить бидоны с молоком или коробки с галантереей! Магия бренда «престижного автомобиля» продолжала работать. И конструкторы компании, как ни в чем не бывало, продолжали творить «экслюзив». Более того, в октябре 1999 г. Jaguar объявил о намерении вступить в Международную федерацию автоспорта и принять участие в чемпионате мира в классе «Формула-1». Решение было принято после того, как компания Ford купила команду гонщиков Stewart-Ford, которая получила новое название Jaguar Racing. Для предстоящего соревнования подготовили к выпуску новый спортивный автомобиль. Причем изготовлено было только 100 машин ХКR Silverstone – быстрейшего «ягуара» из всех «ягуаров».

Последующие годы были посвящены укреплению представления о «ягуаре» как о самом элегантно и, естественно, дорогом бренде. В 2002 г. на сентябрьском мотор-шоу в Париже состоялась презентация новой модели – Jaguar XJ. Эта 17-я по счету модель из серии XJ благодаря полностью алюминиевому кузову стала на 200 кг легче.

Ныне Jaguar Cars полностью контролируется структурами индийской автомобилестроительной компании Tata Motors, входя в состав группы Jaguar Land Rover. У Jaguar Land Rover есть три завода в Великобритании, в ближайшем будущем откроются новые производства в Индии и Китае.

«Ягуар» по-прежнему остается одной из самых изысканных и дорогих автомашин. Спрос на такие автомобили есть всегда.

Андрей ВАСИЛЬЕВ

В 2011 г. продажи Jaguar и Land Rover в России выросли на 33% и составили 14 365 автомобилей.

«Ягуар» по-прежнему остается одной из самых изысканных и дорогих автомашин. Спрос на такие автомобили есть всегда.



НА ПЕРЕКРЕСТЬЕ

Нормальная работа выставочного комплекса невозможна без полномасштабного транспортного обеспечения. В первую очередь речь идет о двух базовых составляющих: доступность и возможность инфраструктуры. Как эти вопросы решаются за рубежом?



Вереница такси и очередь будущих пассажиров у выхода из главного здания выставочного центра Hamburg Messe в Гамбурге.

В наши дни практически все крупные выставочные центры строятся исходя из двух жестких требований: располагаться как можно ближе к основным автомобильным магистралям региона и иметь прямые линии общественного транспорта, соединяющие с центром города, железнодорожным вокзалом и аэропортом.

Конечно, так происходило не всегда. Где-то, в силу объективных исторических причин, комплексы оказались в плотной городской застройке, где-то – на дальней окраине. В целом, по месту расположения в городской среде можно выделить три основные группы выставочных площадок.

К первой относятся комплексы, расположенные в историческом центре города или вблизи от него.

Их хозяева имеют массу проблем, связанных с возможностью расширения бизнеса, увеличения пропускной способности дорог, обеспечения растущих требований логистики и т.д. В то же время в подобном расположении есть и очевидный плюс: волею судеб они оказались там, где городская транспортная инфраструктура (сеть автомобильных дорог, линии метро и наземного общественного транспорта) складывалась десятилетиями и сама выносит потоки гостей к комплексу.

Так, выставочный центр Hamburg Messe, расположенный в самом сердце Гамбурга, со всех сторон окружен оживленными городскими улицами, по которым ходят городские автобусы нескольких маршрутов, а прямо у главного входа находится спуск к станции метро «Messehallen» (две остановки до Ратуши). Рядом – стоянка такси. Вечерами во время выставок здесь можно наблюдать картину, больше напоминающую вокзал: у выхода из здания выстраивается, с одной стороны, очередь экспонентов и гостей, а с другой – вереница такси. Каждые две минуты такси подъезжает к очереди и забирает пассажиров – и так в течение часа, в режиме нон-стоп.

Примерно так же, в перекрестье транспортных коммуникаций, находится выставочно-конгрессный центр Bella Center в деловой части Копенгагена: пять минут на автомобиле до центра города, столько же – до аэропорта. Добраться до него можно и на городском автобусе, и на метро (собственная станция).

Ко второй группе относятся выставочные площадки, находящиеся на окраинах в границах традицион-

ВСЕХ ПУТЕЙ

ной городской черты, что также гарантирует наличие муниципальной транспортной системы.

В качестве примера можно привести выставочный комплекс NurnbergMesse, по праву считающийся одним из самых динамичных и быстро развивающихся в Германии. Несмотря на то, что находится он достаточно далеко, добраться сюда очень просто: имеются две прямые линии метро, соединяющие комплекс с отдаленными районами Нюрнберга, средневековым центром и железнодорожным вокзалом (станция Messe). На автомобиле доехать еще легче – обеспечен прямой и быстрый доступ к скоростному шоссе.

Ведущий выставочно-конгрессный комплекс Голландии Amsterdam RAI расположен на юге города. Дорога от аэропорта Schiphol до главного входа занимает не более 15 минут. За то же время можно добраться до исторического центра на трамвае.

Особая ситуация сложилась в Милане. Там, как известно, имеются два крупных выставочных центра: fieramilanocity в городской черте и новый суперсовременный fieramilano в пригороде Rho-Pero. Преемственность площадок подчеркивает тот факт, что их соединяет прямая линия метро, путешествие по которой длится всего 15 минут.

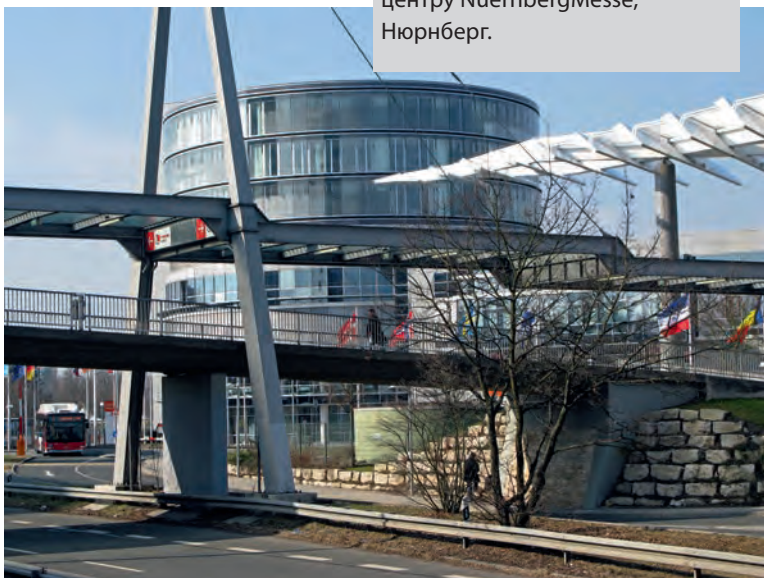
К третьей группе относятся крупные выставочные комплексы далеко за городской чертой (на расстоянии от 2 до 10 км). Их владельцам приходится самим продумывать и за свой счет обеспечивать транспортную доступность площадки, что порой требует очень больших средств.

Именно в такой ситуации оказался лучший выставочный центр столицы Франции Paris-Nord Villepinte. От «сердца» Парижа – станции Chatelet до него можно добраться на электропоезде RER за 22 минуты (от Северного вокзала – за 19 минут). Рядом с комплексом находится вокзал сети скоростных поездов TGV. Разумеется, обеспечено и скоростное автомобильное сообщение – сюда ведут несколько широких современных шоссе.

Казалось бы, все хорошо... На бумаге. Но стоит здесь побывать – и мнение о транспортной доступности может серьезно пошатнуться. Так, одним из самых ярких впечатлений от посещения автором Всемирной продовольственной выставки SIAL-2008 в Paris-Nord Villepinte стала непроходимая пробка в узком горлышке входа на станцию поездов RER. Как



Станция метро (U-Bahn) Messehallen с выходом к выставочному центру Hamburg Messe в Гамбурге.



Переход от станции метро (U-Bahn) Messe к выставочному центру NuernbergMesse, Нюрнберг.

Некоторые организаторы выставок предоставляют своим гостям дополнительные льготы для проезда на общественном транспорте.

всякое историческое событие, она удостоилась собственного фоторепортажа, часть которого представлена на этих страницах.

Выставочный центр Messe Duesseldorf также находится очень далеко – на севере города, в пяти минутах пути от аэропорта. До комплекса следуют поезда U-Bahn и городские автобусы нескольких маршрутов, правда, идут они достаточно долго – 30–40 минут.

Достопримечательностью Дюссельдорфа стал городской автобус № 896, курсирующий в дни проведения выставок между аэропортом и Messe Duesseldorf (время в пути – около пяти минут). Казалось бы, мелочь... Но именно благодаря этому маршруту сотни экспонентов и посетителей прилетают в день открытия выставок и прямо из аэропорта направляются в выставочный центр, сдают вещи в камеру хранения, целый день работают и лишь вечером едут заселяться в гостиницу. Точно так же они планируют и последний день работы. Не говоря уже о специалистах, прилетающих на один день ради нескольких запланированных переговоров. Автобусный маршрут 896 на все 100% (если не на 200) реализует преимущество соседства международного аэропорта Дюссельдорфа и выставочной площадки.

Перенесемся на другой конец света. Из центра японской столицы до выставочного комплекса Tokyo BIG SIGHT Exhibition Center на автомобиле можно добраться примерно за 20 минут. С другими районами города его связывают две линии скоростной городской железной дороги – Rinkai line и Yurikamome и три маршрута автобусов. Помимо этого имеется особый вид транспорта – Suijobus – «водный автобус», напоминающий продвинутого внука советской «Ракеты».

Транспортная инфраструктура любой выставочной площадки должна обеспечивать быстрый, бес-

перебойный и качественный прием потоков посетителей и грузов. Прежде всего речь идет об удобных подъездах и въездах для легковых и грузовых автомобилей, станциях метро и электричек, стоянках такси, остановках автобусов и иных видов общественного транспорта.

Самые серьезные требования предъявляются к парковкам. Практически все крупные выставочные центры мира окружены ими в несколько рядов. Многоуровневые стоянки и парковки под открытым небом строят везде: на территории комплексов, рядом (в зоне пешеходной доступности), на отдалении до 1,5–2 км. Обычно речь идет о нескольких тысячах машино-мест (Paris-Nord Villepinte – 15 тыс., NurnbergMesse – 16 тыс., Feria de Madrid – 10,6 тыс., Brussels Expo – 12 тыс.).

Конечно, этим транспортные возможности не исчерпываются. В выставочных центрах Riocentro Convention Centre (Рио-де-Жанейро) и Paris-Nord Villepinte имеются вертолетные площадки. На территории Amsterdam RAI находится не только железнодорожная станция, но и гавань, из которой можно попасть в каналы общей водной сети Амстердама.

Некоторые организаторы выставок предоставляют своим гостям дополнительные льготы для проезда на общественном транспорте.

Самый яркий пример – многолетняя практика работы компании Messe Duesseldorf. Официально зарегистрированный представитель прессы получает пресс-карту, которая не только обеспечивает свободный многократный вход на территорию выставки, но и дает возможность бесплатного проезда на всех видах общественного транспорта (кроме такси) в единой транспортной зоне VRR, охватывающей большую часть федеральной земли Северный Рейн-Вестфалия. Говоря иначе, можно жить в гостинице в Дортмунде,



В конце 2009 г. на территории МВЦ «Крокус Экспо» открылась станция метро «Мякинино» Арбатско-Покровской линии Московского метрополитена. Это решило проблему доступности выставочного центра, обеспечив сообщение с центром Москвы. Открытие станции существенно упростило дорогу в Крокус Сити, что сразу удвоило число посетителей проводимых здесь выставок.

Из вестибюля станции имеются выходы на улицу и, через специальные переходы на уровне второго этажа, непосредственно в павильоны.

Первоначально в проекте строительства этой линии метро, подготовленном в конце 80-х годов, станции «Мякинино» не было. В начале 2000-х гг., когда приступили к реализации проекта, в Мякининской пойме уже возник новый торгово-выставочный комплекс Крокус Сити. На выставки и за покупками сюда приезжали тысячи людей. По инициативе компании «Крокус Интернэшнл» первоначальный проект был пересмотрен, в него включили новую станцию, которую назвали «Мякинино». Ее строительство финансировала компания «Крокус Интернэшнл».

Эссене или Крефельде и бесплатно добираться до Messe Duesseldorf. Правда, действует пресс-карта в строго ограниченное время – с 08.30 до 19.30. Предполагается, что этого более чем достаточно для проезда из самой удаленной гостиницы в соседнем городе до выставочного центра и обратно. Те же льготы даются экспонентам (по карте участника) и посетителям (по купленному билету).

К сожалению, опыт Дюссельдорфа не получил массового распространения. В Нюрнберге, к примеру, пресс-карта обеспечивает лишь право бесплатной парковки, и то исключительно в специальной зоне

для журналистов, если есть свободные места. Такая же ситуация в большинстве европейских городов.

Внимание к проблемам обеспечения транспортной доступности выставочных центров понятно и обоснованно, ведь это не просто сервис или удобство, речь идет о жизненной необходимости. Без этого ни одна выставка не пройдет нормально, да и сам комплекс не сможет развиваться.

Александр БЕЛЯНОВСКИЙ,
Информационное выставочное
агентство «ИнформЭКСПО» –
специально для журнала «Бизнес и Выставки»



Пробка при входе на станцию поездов RER, выставочный центр Paris-Nord Villepente, Париж.

Средняя общеобразовательная
**ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ШКОЛА
(ЛИЦЕЙ)**

- Экономические и лингвистические классы •
- Британская сертификация •
- Высокие результаты ЕГЭ •
- Поступление в ведущие ВУЗы Европы и России •

В числе лучших школ Москвы

(499) 264-10-51
www.mosmos.ru

ОТЕЛЬ «ГОСТИНЫЙ ДОМ»

Деловой подход и семейные ценности
Русское гостеприимство с европейским комфортом

Москва, ул. Василия Петушкова, 25
(495) 948-9810 / www.gdom.ru

**10 мин до Крокус Экспо
30 мин до Шереметьево**

ВСЕ ДОРОГИ ВЕДУТ В ГАННОВЕР

Выставочный центр Deutsche Messe в Ганновере – крупнейший в мире. Но это – слова. Масштабы становятся понятны, когда подъезжаешь к станции Messe/Ost городской железной дороги и видишь огромное, уходящее к горизонту поле с павильонами и маячащей где-то вдали, в дымке, главной башней. Тогда понимаешь: такого больше нет нигде.

Всем известно, что Германия – самая выставочная страна мира. Здесь находятся ведущие выставочные центры и работают десятки профессиональных выставочных компаний. Тем не менее только одной из них удалось закрепить за собой самое престижное общенациональное имя Deutsche Messe – «Немецкая ярмарка».

Компания Deutsche Messe und Ausstellungen AG основана 16 августа 1947 г. по инициативе британской оккупационной администрации и при поддержке американцев. Цель начинания – создать надежную структуру для активизации экспорта немецкой продукции после войны. Первой выставкой здесь была Hannover Export Fair: за 21 день она принесла 1934 экспортные сделки на общую сумму 31,6 млн долл. – успех несомненный. В 1950 г. впервые прошла международная промышленная выставка Deutsche Industrie-Messe, которая с 1961 г. всем известна как Hannover Messe.

Через 35 лет, в 1985 г., компания вышла на мировой уровень – была создана фирма Hannover Messe International (HMI), занимающаяся организацией выставок и ярмарок за рубежом.

Историческим рубежом считается 2000 г. В рамках подготовки к Всемирной выставке EXPO–2000 в Ганновере комплекс кардинально расширили и перестроили, общий объем инвестиций на эти цели составил 1,6 млрд немецких марок.

Лучших результатов в своей истории компания достигла в 2008 г.: 106 выставок, свыше 39 тыс. участников и 3,22 млн посетителей,

Сегодня Deutsche Messe ежегодно проводит около 100 выставок и ярмарок в Германии и за рубежом с участием более 36 тыс. экспонентов, 3 млн посетителей и 15 тыс. журналистов.

На предприятии работает свыше 870 сотрудников. Общий доход в 2010 г. составил 210 млн евро.

Деятельность компании охватывает весь мир: она имеет сеть из 66 торговых партнеров, дочерних компаний и филиалов в более чем 100 странах мира. В 2010 г. отмечалось 10-летие подразделения в Китае, но только в прошлом году было создано дочернее предприятие в России – ООО «Дойче Мессе РУС».

Стратегия компании определена на долгие годы: оставаться лидером по организации ведущих международных промышленных выставок, на которых показывают последние достижения науки и техники, демонстрируют мировые тенденции развития рынков.

Как уже было сказано, выставочный центр Ганновера – крупнейший в мире (общая экспозиционная площадь достигает 1 млн кв. м) и по своим возможностям уверенно обгоняет ближайших конкурентов – fieramilano (Милан, Италия) и Messe Frankfurt (Франкфурт-на-Майне, Германия).

Одно из главных преимуществ таких «гулливерских» размеров – возможность деления территории на несколько временных выставочных



Компания Deutsche Messe und Ausstellungs AG основана 16 августа 1947 г. по инициативе британской оккупационной администрации и при поддержке американцев. Цель начинания – создать надежную структуру для активизации экспорта немецкой продукции после войны.



В Deutsche Messe 27 павильонов. Крупнейшие из них – № 1 (69,9 тыс. кв. м), № 27 (30,8 тыс. кв. м), № 11 (23,9 тыс. кв. м), № 13 (23,6 тыс. кв. м), № 9 (23,4 тыс. кв. м). Самые маленькие – № 8 (6,9 тыс. кв. м) и № 18 (3,2 тыс. кв. м).

центров, где могут проходить сразу несколько экспозиций любого масштаба – бок о бок, не пересекаясь. Каждая часть комплекса имеет полный набор необходимой инфраструктуры.

В 26 павильонах и залах имеется 466,1 тыс. кв. м закрытой площади, а также 57,9 тыс. кв. м на открытых площадках.

Крупнейшим является павильон № 1 (площадь – 69,9 тыс. кв. м), однако его возможности серьезно ограничены – нагрузка на пол составляет всего 1 т/кв. м, а в полу нет коммуникационных каналов для проводки электроснабжения. В остальных павильонах нагрузка на пол нормальная – 10 т/кв. м (в павильоне № 13 – частично 5 т/кв. м) и все системы жизнеобеспечения в наличии. Главный холл IC EG имеет площадь 3,4 тыс. кв. м. Павильоны и холлы обеспечены системами кондиционирования и пожаротушения.

Потребности в организации деловых мероприятий обеспечивает Convention Center. На трех этажах здания расположены 35 конференц-залов площадью от 30 до 1260 кв. м. Здесь могут проходить конгрессы, конференции и семинары численностью от 10 до 1300 человек.

Инфраструктура выставочного комплекса отвечает всем возможным запросам гостей. На территории находятся зеленые зоны – парки и «Экспо-аллея», многочисленные кафе и рестораны, парковка на 39 тыс. автомобилей (включая 8790 мест в многоэтажных автостоянках).

Работает небольшой музей Exposeeum, посвященный Всемирной выставке EXPO–2000. Однако познакомиться с его экспозицией легче всего на сайте www.exposeeum.de, поскольку открыт он только раз в неделю – по воскресеньям с 11.00 до 16.00.

Покой гостей обеспечивают собственная служба безопасности и добровольная пожарная часть. В дни проведения крупных выставок к ним присоединяются полиция и служащие Департамента пожарной охраны города.

Излишне говорить, что в Ганновере все пути ведут в выставочный центр. Автомобильные подъездные пути разработаны таким образом, чтобы справляться с пиковыми объемами трафика. Автодороги шириной до шести полос ведут прямо к выставочной площадке.



4 Выставочные и конгрессные центры

Deutsche Messe ежегодно проводит около 100 выставок и ярмарок в Германии и за рубежом с участием более 36 тыс. экспонентов, 3 млн посетителей и 15 тыс. журналистов. На предприятии работает свыше 870 сотрудников. Общий доход в 2010 г. составил 210 млн евро.



На территории – случай беспрецедентный – находится собственная железнодорожная станция Hannover Messe/Laatzten. Здесь останавливаются поезда, следующие из Франкфурта-на-Майне в Гамбург и обратно.

До комплекса можно также добраться при помощи городской железной дороги (Stadtbahn): линии № 8 и 18 заканчиваются на станции Messe/Nord, линии № 6 и 16 – на станции Messe/Ost (Expoplaza). Новая трамвайная линия обеспечивает быструю и удобную связь с главным железнодорожным вокзалом и городским аэропортом.

Размеры площадки диктуют свои требования: движущаяся пешеходная дорожка соединяет железнодорожную станцию с павильоном № 13, такая же дорожка связывает парковки с павильонами № 8 и 9.

Выставочный комплекс имеет для Ганновера не просто градообразующее значение – он является и главной достопримечательностью, и гордостью, и «рабочей лошадкой». На выставках тут зарабатывают буквально все: городской бюджет, гостиницы, магазины, такси... Характерный пример: в отелях распространяется бесплатный рекламный проспект, изданный в виде путеводителя по выставке, – с планом экспозиции и рекламой экспонентов, при этом он не имеет ни малейшего отношения ни к организатору мероприятия, ни к площадке.

Конечно, большим быть трудно. Огромный комплекс требует немалых расходов на содержание, и заполнить его выставками также достаточно сложно. Тем не менее компания живет, развивается, вновь и вновь подтверждая звание одного из лидеров мирового выставочного рынка.

Александр БЕЛЯНОВСКИЙ,
Информационное выставочное
агентство «ИнформЭКСПО» –
специально для журнала «Бизнес и Выставки»

Комплектующие

для производства кузовов любых модификаций, шасси прицепов и полуприцепов



петли, рукоятки, замки врезные, кулачки и кронштейны, крюки, запорные устройства, профили дверные, буферы и многое другое для производства и сервиса.



ПРЕДЪЯВИТЕЛЮ КУПОНА СКИДКА 3%
На правах рекламы © www.frombattery.ru

Русинновация
www.rusinntorg.ru

Настольные буклетницы, подставки под информацию

Стенды Pop-up

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

Настольные буклетницы

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

Охота рыбалка ОТДЫХ



25-28 октября 2012 года

Москва, МВЦ «Крокус Экспо», I павильон, зал №4

13-я международная выставка

Охота. Рыбалка. Отдых



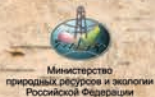
Реклама

(495) 727-25-88 / safari@crocus-off.ru / www.safariexpo.ru

Организатор:



При поддержке:



МВЦ «Крокус Экспо»:

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

НА ТИХООКЕАНСКОМ



Россия впервые принимает у себя встречу глав государств и правительств стран Азиатско-Тихоокеанского экономического сотрудничества (АТЭС). Решение провести саммит на острове Русский, который расположен вблизи Владивостока, в одном из заливов Тихого океана, поставило руководство страны, региона и подрядной организации перед целым рядом серьезных вызовов.

Остров Русский административно входит в состав города, но всегда оставался изолированной и малоосвоенной территорией. Для того чтобы провести такое масштабное мероприятие, как саммит 20 глав государств и правительств, на который прибывают многочисленные делегации и большое число журналистов, необходимо обеспечить инфраструктуру, гостиницы, системы связи, транспорт и многое другое. На Русском ничего этого не было, все нужно было создавать с нуля.

Решение о месте проведения форума АТЭС было принято в конце 2008 г. Имелось в виду организовать его на базе комплекса зданий Дальневосточного федерального университета (ДВФУ), строительство которого было предусмотрено Федеральной целевой программой по развитию Дальнего Востока. Между тем еще не было даже проекта ДВФУ. В тот момент, когда до саммита оставалось всего три с небольшим года, никто не мог дать гарантий, что объект будет возведен в срок – ведь по действующим нормативам на реализацию подобного проекта предусмотрено не менее пяти лет.

Перед правительством стояла непростая задача найти организацию, которая взялась бы построить и сдать ДВФУ за столь короткое время, строго уложившись при этом в предусмотренную смету расходов и обеспечив требуемое качество работ. Выбор пал на российскую компанию «Крокус Интернэшнл», которая имела опыт масштабного и ускоренного строительства.

Оценивая проект строительства ДВФУ по традиционным меркам, нельзя не признать его сложность. И действительно, строить на острове надо было с нуля, в тяжелых климатических условиях. Необходимо было подготовить и расчистить площадку для фундаментов. Между тем там не было ни энергоснабжения, ни отопления, ни водопровода, все стройматериалы, включая песок, гравий и пресную воду, нужно было завозить с континента по морю. Надо было соорудить причалы для приемки материалов и оборудования,

РУБЕЖЕ




возвести жилье для строителей, обеспечить их питанием и медобслуживанием. Дополнительные сложности создавал рельеф местности с перепадом высот до 60 м с глубокими оврагами и балками, что требовало проведения масштабных земляных работ, которые по объему в два-три раза превышали перемещение грунта при строительстве крупной гидроэлектростанции. Все это было связано с огромными дополнительными расходами.

Заданные сроки завершения строительства ДВФУ составляли отдельную проблему. При возведении зданий университета генеральному подрядчику нужно было уложиться меньше чем в три года, что почти вдвое короче действующих нормативов. Строить быстрее, чем положено по нормам, – такого в стране еще не было. Ведь традиция отечественных строителей – продлевать сроки возведения крупных объектов.

В проектировании комплекса зданий ДВФУ участвовала известная международная компания «Клинг Стаббинс», имеющая богатый опыт в создании университетских кампусов. Однако условия на Русском оказались столь необычными, что по ходу реализации в проект пришлось вносить изменения. Они в основном касались расширения площадей зданий, улучшения архитектурных решений, установки более современного оборудования, включения новых объектов. При этом не предусматривалось увеличивать первоначальные сметные расходы.

В результате таких изменений общая площадь зданий ДВФУ выросла с 500 до 900 тыс. кв. м. В проект, в частности, была добавлена коммунальная зона (опреснительная установка, очистные сооружения, комплекс переработки бытовых отходов), лабораторный корпус, реабилитационный центр, пожарное депо с центром для подготовки спасателей и др.

Все работы были завершены летом 2012 г., что дало возможность еще до сентября провести на острове Русский в помещениях ДВФУ несколько мероприятий и убедиться в полной готовности комплекса к встрече участников саммита. 

АТЭС

Межправительственный форум «Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество» (АТЭС) образован в ноябре 1989 г. В настоящее время его участниками являются 21 страна и территория АТР. В 1998 г. одновременно со вступлением в АТЭС России, Вьетнама и Перу введен мораторий на дальнейшее расширение членского состава форума, который в 2010 г. продлен на неопределенный срок. На долю участников АТЭС приходится 57% мирового ВВП, 48% оборота международной торговли, более 40% объема прямых иностранных инвестиций и около 40% населения мира.

Руководящими органами форума являются ежегодные неформальные саммиты глав государств и правительств и приуроченные к ним встречи министров иностранных дел и министров торговли. В течение года также проводятся отраслевые министерские встречи и ежеквартальные совещания старших должностных лиц АТЭС.

Председательство России в форуме АТЭС в 2012 г. призвано способствовать органичному встраиванию нашей страны в систему хозяйственных связей в регионе в интересах модернизационного и инновационного развития национальной экономики, прежде всего районов Сибири и Дальнего Востока.

На посту председателя АТЭС Россия намерена предложить партнерам уделить особое внимание таким вопросам, как укрепление продовольственной безопасности, совершенствование транспортно-логистических систем, сотрудничество в целях модернизации. В 2013 г. хозяйкой форума АТЭС станет Индонезия.

Саммит АТЭС
состоится
8–9 сентября
2012 г.
на острове
Русский.
В следующем
году
хозяйкой
форума
АТЭС
станет
Индонезия.



ДВФУ

За полтора с небольшим года на острове построены 23 учебных и жилых корпуса, создана с нуля вся инженерная и дорожная инфраструктура. В ходе ее формирования было проложено около 22 км дорог с твердым покрытием. За пределами университетского городка было сооружено более 14 км магистрального водопровода, 17 км ливневой и 18 км хозяйственно-бытовой канализации. Для обеспечения энергоснабжения и освещения территории смонтировано 20 трансформаторных подстанций, уложено 42 км электрокабелей, установлено более 1300 фонарных опор, построено 3 км тепловых сетей. В целях снабжения пресной водой смонтированы опреснительные установки мощностью 10 тыс. кубометров в сутки.

Генеральный директор ЗАО «Крокус», руководитель строительства ДВФУ Арас АГАЛАРОВ:

– На участие в этом проекте изначально мы не претендовали. Но наши потенциальные возможности стали известны оргкомитету по подготовке к саммиту АТЭС и госкомиссии по развитию Дальнего Востока. Я имею в виду построенный нами комплекс «Крокус Сити» (более 800 тыс. кв. м, что включает торговые и выставочные павильоны, конференц-залы, концертный зал) в довольно короткие сроки.

В конце 2008 г. меня пригласили на правительственное совещание, посвященное подготовке к саммиту АТЭС и строительству необходимой в этой связи инфраструктуры. В одном из выступлений, прозвучавших тогда, предлагалось возвести на о. Русский 120 тыс. кв. м жилых и офисных помещений, конференц-залов, а расходы оценивались на уровне 62 млрд руб. Получалось примерно по 17 тыс. долл. за квадратный метр. При этом не давалось гарантий, что все строительство можно завершить в срок.

Я высказал мнение, что необходимые здания на острове Русский можно было бы построить по 3 тыс. долл. за квадратный метр. При этом в данную сумму я предлагал включить не только строительные-монтажные работы, но и инженерные сети, дороги, а также полное обустройство территории университетского городка, оснащение и оборудование зда-

ний – вплоть до мебели, оконных штор и постельных принадлежностей. Тогда мне никто не поверил, что такое возможно.

Однако мы все же разработали и представили собственный детальный и экономически обоснованный план строительства. Наши прикидки показывали, что при определенных условиях справиться с задачей можно. Правительство поверило нашим разработкам.

Для преодоления сложностей строительства на Русском необходимы были нетрадиционные технологические и организационные решения. Мы использовали зарубежный опыт строительства в сложных условиях, постарались совместить и проводить одновременно разные стадии работ, максимально использовать местные возможности для получения вспомогательных материалов, широко применять современные технологии, значительно упрощающие и удешевляющие все процессы. Это позволило не только существенно снизить стоимость строительства, но и заметно ускорить его.

Очень важны были подбор команды и доверительные отношения внутри нее, правильное распределение обязанностей между руководителями среднего звена.

В строительстве ДВФУ было задействовано множество организаций феде-

рального и регионального подчинения, предприятия транспорта, строительных материалов, металлургического производства, таможенная и пограничная службы. Нам удалось наладить взаимодействие всех структур и решать возникавшие межведомственные вопросы исходя из общегосударственного интереса. При традиционных подходах данный проект был бы, конечно, провальным. Как говорят, «он не должен был выжить».

До начала работ даже у наших специалистов, людей с огромным опытом, были большие сомнения в возможности завершения строительства в установленные сроки. Однако, берясь за этот проект, мы понимали, что не имеем права подвести руководство страны. Огромным морально-психологическим стимулом в этой работе было желание реализовать такой необычный замысел – ведь далеко не каждому выпадает в жизни шанс построить целый город или современный университет, какого в России не строили со времени сооружения МГУ им. М.В. Ломоносова.

В начале строительства перед нами стояли две основные задачи – уложиться в намеченные сроки и не выйти за рамки утвержденного объема государственного финансирования. Обе задачи успешно решены.

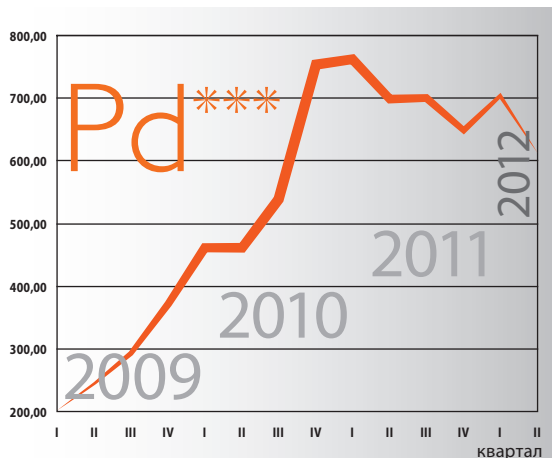
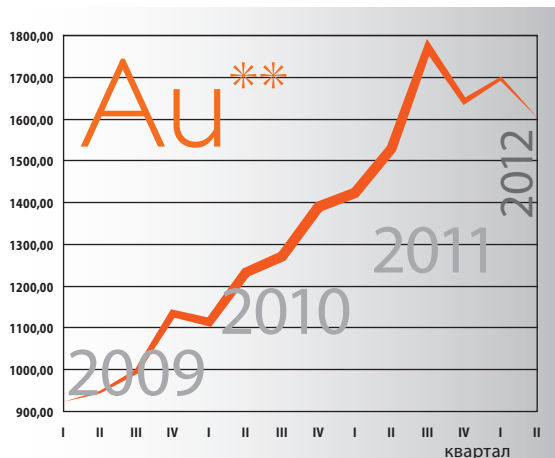
Курсы валют*



* 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

Россия заняла 112-е место из 132 в рейтинге вовлеченности в международную торговлю, пропустив вперед все страны БРИК, а также Казахстан, Таджикистан и Бангладеш. Рейтинг рассчитывается Всемирным экономическим форумом. Эксперты считают, что основная проблема России – сложные таможенные процедуры и высокие пошлины.

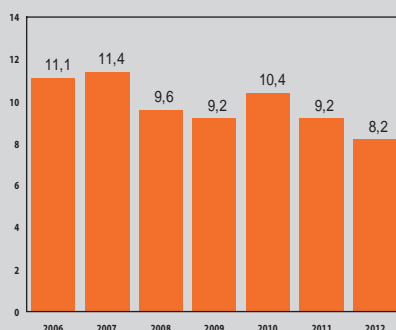
Всемирный банк понизил прогноз экономического роста Китая с 8,4% до 8,2%. Это, тем не менее, выше целевого уровня роста ВВП в 7,5%, который определило правительство КНР. По мнению экспертов ВБ, главным тормозом для Китая является снижение уровня потребления в Европе, поскольку экономика этой страны в огромной степени ориентирована на экспорт.

По оценке компании Boston Consulting Group, общий объем мирового частного благосостояния (сумма всех активов) в 2011 г. составил 122,8 трлн долл., увеличившись на 1,9% по сравнению с 2010 г. Самым богатым регионом мира остается Северная Америка (38 трлн долл.), на втором месте – Западная Европа (33,5 трлн долл.). По оценкам BCG, мировое богатство будет прирастать в среднем на 4–5% в год и к 2016 г. достигнет 150 трлн долл. Число миллионеров в мире в прошлом году увеличилось менее чем на 1% и составило 12,6 млн чел. Больше всего богачей по-прежнему живут в США – 5,1 млн чел.

Изменение рейтинга стран БРИК

Год	2010	2012
Китай	48	56
Бразилия	87	84
Индия	84	100
Россия	114	112

Источник: Global Enabling Trade Report, 2012.



ЛОГИСТИКА. ТАМОЖНЯ. СКЛАД.

Многим подразделениям компании Crocus Group по роду своей деятельности приходится осуществлять разнообразные внешнеэкономические сделки. Это закупки товаров для обширной сети магазинов, материалов, оборудования и фурнитуры для строящихся объектов, наконец, оформление выставочных грузов. Для облегчения и ускорения обработки этих товарных потоков в составе компании созданы ООО «Крокус Интерсервис» и ООО «Крокус Логистик». Об их работе рассказала журналу «БиВ» генеральный директор этих компаний Ольга ЛАРИОНОВА.

«БиВ»: Когда и в каких целях была создана компания «Крокус Интерсервис»?

– Это предприятие действует с 1994 г. Основным содержанием его деятельности как склада временного хранения (СВХ) является хранение импортируемых товаров, находящихся под таможенным контролем, в соответствии с процедурой, предусмотренной таможенным законодательством.

С вводом в строй в 2005 г. в селе Акулово Одинцовского района Московской области уникального складского терминала возможности «Крокус Интерсервис» существенно расширились, и наша компания выдвинулась в число ведущих игроков рынка услуг временного хранения. Эти услуги подразумевают круглосуточное размещение на наших стоянках транспортных средств с импортными грузами, хранение товаров в закрытых помещениях, любые виды складских операций с товарами (взвешивание, сортировка, упаковка-переупаковка, погрузочно-разгрузочные работы), а также документальное оформление и учет товарных партий.

«БиВ»: Для такого спектра услуг необходима соответствующая инфраструктура. Какими техническими возможностями обладает компания?

– СВХ «Крокус Интерсервис» по размерам, расположению и оборудованию полностью отвечает требованиям, установленным законодательством государств-членов Таможенного союза. Размер открытой площадки СВХ составляет около 2,5 тыс. кв. м, что позволяет размещать одновременно не менее 120 транспортных средств. В дополнение к этому мы можем использовать прилегающую к СВХ территорию площадью более 7,5 тыс. кв. м. Сам склад оснащен современной погрузочно-разгрузочной техникой большой мощности, что позволяет

оперативно выполнять выгрузку и погрузку товаров.

На территории СВХ имеется 5 холодильных камер для хранения в каждой из них пищевых товаров объемом до 66 куб. м. Помимо этого есть 2 холодильные камеры для осмотра грузов, подконтрольных Россельхознадзору.

Важно, что СВХ оснащен техническими средствами радиационного контроля и новейшей инспекционной рентгенотелевизионной системой, предназначенной для досмотра крупногабаритных и паллетированных грузов. Безопасность грузов на территории СВХ обеспечивается продуманной системой охраны, включая различные средства видеонаблюдения.

«БиВ»: Что представляет собой рынок, на котором работает ООО «Крокус Интерсервис», какова степень конкуренции в этом секторе?

– По статистике, в России на сегодняшний день работают более 1 тыс. СВХ. Это формирует довольно серьезную конкурентную среду, где важную роль играют даже самые незначительные факторы.

Для заказчика СВХ – это часть интегрированной логистической системы. Поэтому компания, заказывающая услуги временного хранения, рассчитывает получить эффективное по соотношению цена/качество обслуживание, организованное в специализированных помещениях, оборудованных самым лучшим образом для хранения и обработки товаров и управляемых высокопрофессиональным персоналом.

В совокупности этих факторов, определяющих конкурентоспособность на рынке услуг СВХ, наше предприятие имеет ряд несомненных преимуществ. В дополнение к указанным выше сильным сторонам «Крокус Интерсервис» надо отметить близость



от Москвы (около 10 км) и от трассы М1 («Беларусь») – основной артерии, соединяющей Россию с Европой. Выделю особо вместимость площадки для размещения транспортных средств, значительные размеры складских помещений, использование современной погрузочно-разгрузочной техники. Рейтинг нашего предприятия поднимает также наличие пункта фитосанитарного и ветеринарного контроля.

Повышению конкурентоспособности и расширению клиентской базы СВХ содействуют такие особенности работы, как круглосуточный режим и ежедневный график, что важно для участников внешнеэкономической деятельности, занимающихся импортом скоропортящихся товаров, таких как овощи и фрукты, охлажденное мясо и мясoproductы.

«Бив»: Какие компании являются вашими клиентами и какого рода товары проходят через ваш СВХ?

– «Крокус Интерсервис» помимо обслуживания подразделений Crocus Group активно сотрудничает со многими другими участниками ВЭД, оказывая им соответствующие услуги, а также с представителями таможенных органов, согласовывая с ними свою работу. Среди наших клиентов есть как крупные предприятия, так и мелкие хозяйствующие субъекты. В числе наиболее известных – ОАО «РСК «МИГ», ООО «Нестле Россия», ОАО «ОПК «Оборонпром» и многие другие.

Достаточно обширна и номенклатура товаров, проходящих через наш СВХ. Это и

товары народного потребления, и продукты питания, в том числе подлежащие ветеринарному и фитосанитарному контролю органами Россельхознадзора, и строительные материалы, а также различное оборудование, предметы культуры и искусства и прочее.

В качестве дополнительных услуг «Крокус Интерсервис» предоставляет офисные помещения и средства связи для организации работы представителей компаний, использующих наш СВХ. В целом клиентская база «Крокус Интерсервис» насчитывает более 100 компаний, которые в 99% случаев подают свои декларации с использованием процедуры электронного таможенного декларирования.

«Бив»: Что вызвало необходимость создания нового подразделения – ООО «Крокус Логистик»?

Имея многолетний опыт работы на рынке в качестве склада временного хранения и коллектив высококвалифицированных специалистов, мы приняли решение о расширении спектра оказываемых услуг и создании в этих целях ООО «Крокус Логистик». Это позволит нам, имея своего таможенного представителя, расширить зону взаимодействия с клиентами не только в Московском регионе, но и на всей территории Российской Федерации, а также сформировать единый таможенно-логистический комплекс обслуживания предприятий Crocus Group.

Беседовал Борис ПАВЛОВ

НОВОСТИ А

Продажи аукционных домов Christie's, Sotheby's и MacDougall's



Джон Констебль, «Плотина»

Прим. 1824 г., 22,4 млн ф. ст. (первоначальная оценка – 20–25 млн ф. ст.).
Аукцион Christie's, Лондон.

Картина относится к самой прославленной серии крупноформатных пейзажей Джона Констебля, которые в 1820-х гг. принесли английскому художнику-романтику популярность. Прочие пять полотен серии, включая самое известное – «Телегу для сена», находятся в музеях, в частности в Национальной галерее в Лондоне. «Плотина» тоже была отчасти музейным экспонатом: более 20 лет она провисела в частном музее «Тиссен-Борнемиса». Ныне баронесса Тиссен-Борнемиса, наследница коллекции, решила ее продать.

Рембрандт ван Рейн, «Портрет военного в шляпе»

Прим. 1626–1627 гг., 8,4 млн ф. ст. (первоначальная оценка – 8–12 млн ф. ст.).
Аукцион Christie's, Лондон.

Одна из ранних работ Рембрандта. Полотно написано в Лейдене, когда художнику было всего около 20 лет. Картина демонстрирует, насколько быстро развивался и совершенствовался талант Рембрандта. От строгой композиции Рембрандт постепенно переходит к более раскованному расположению фигуры на картине, к уверенной игре со светом и отражению в портрете характера персонажа. Картина попала на аукцион из собрания потомственных голландских коллекционеров Питера и Ольги Дреесман.



Марк Ротко, «Оранжевый, красный, желтый»

1961 г., 86,9 млн долл. (первоначальная оценка – 35–45 млн долл.).
Аукцион Christie's, Нью-Йорк.

Картина стала самой дорогой среди произведений искусства, написанных во второй половине XX в. Произведение ранее принадлежало страстным коллекционерам Дэвиду Пинкусу и его жене Джерри. После их смерти наследники решили продать коллекцию, жемчужиной которой был Ротко. Картина написана на пике карьеры художника в период редкого душевного подъема. Поэтому особенно ценна.



УКЦИОНОВ



Анри Матисс, «Пионы»

1907 г., 19,1 млн долл. (первоначальная оценка – 8–12 млн долл.).
Аукцион Christie's, Нью-Йорк.

Картина написана в Кёльне, где Матисс начал серию работ, экспериментируя с формой и цветом. Это сделало его впоследствии одним из лидеров художественного направления «фовизм». Матисс использует размытую и примитивную форму предметов (вазы, цветов) для передачи настроения натюрморта и создает более резкие оттенки цвета, что тоже видно на картине

Ив Кляйн, «Рельефная губка»

1960 г., 23,6 млн ф. ст. (первоначальная стоимость не определена).
Аукцион Christie's, Лондон.

В начале 1960 г. Ив Кляйн решил написать картину, посвященную одному цвету. Он выбрал розовый. Почти двухметровое полотно передает все существующие оттенки розового, которые отлично оттеняются изображением голубых морских камней. Розовый всегда был излюбленным цветом художника, как голубой и золотой.



Френсис Бэкон, «Автопортрет»

1964 г., 21,5 млн ф. ст. (первоначальная стоимость не определена).
Аукцион Christie's, Лондон.

На картине изображен художник в рабочем костюме на кушетке. Бэкон задает вопрос: «Можно ли стать полностью открытым для другого человека?». Именно такую расслабленную позу и создает художник на портрете. Цвета картины монохромны, но в них нет позднего пессимизма художника. Эта одна из немногих картин, где можно увидеть лицо Бэкона.



Ив Кляйн, «Огненный цвет-1»

1962 г., 36,4 млн долл. (первоначальная оценка – 30–40 млн долл.). Аукцион Christie's, Нью-Йорк.

Это огромное полотно – средоточие главных изобретений Кляйна. Оно создано с использованием обнаженных измазанных краской натурщиц, огнемёта, а также «интернационального синего» пигмента, запатентованного художником. Кроме того, процесс творения картины был снят на пленку (для документального фильма «Синяя революция»), а само полотно многократно участвовало в ретроспективных выставках французского художника.



Кузьма Петров-Водкин, «Натюрморт. Яблоки и яйца»

1921 г., 2,3 млн ф. ст. (первоначальная оценка – 2–3 млн ф. ст.). Аукцион MacDougall's, Лондон. Картина написана в Самарканде во время путешествия художника по Средней Азии. В натюрморте присутствуют любимые темы художника: звенящий «метафизический» синий, высокая, «планетарная», точка зрения на простые круглые предметы, знаменитая «сферическая система восприятия», позволяющая в частном передать общее.

Зинаида Серебрякова, «Спящая обнаженная»

1934 г., 1,1 млн ф. ст. (первоначальная оценка – 900 тыс.–1,2 млн ф. ст.). Аукцион MacDougall's, Лондон. В отличие от мифических образов венецианских мастеров и холодных купальщиц Ренуара, Серебрякова не оставляет свою модель анонимной. На картине изображена дочь Серебряковой Катя. Художница пишет в своей любимой манере «украденного момента», когда зрителю позволяется «подглядеть» за моделью в ее естественной красоте.



Энди Уорхол, «Двойной Элвис»

1963 г., 37 млн долл. (первоначальная оценка – 30–50 млн долл.). Аукцион Sotheby's, Нью-Йорк. Это одна из первых шелкографий короля поп-арта, посвященных королю рок-н-ролла. Серия была впервые показана на выставке в нью-йоркской Ferus Gallery в 1963 г. В качестве основы Уорхол использовал рекламный плакат с изображением певца в образе ковбоя с револьвером в руке.



Эдвард Мунк, «Крик»

Прим. 1893–1910 гг., 119 млн долл. (первоначальная оценка – 80 млн долл.). Аукцион Sotheby's, Нью-Йорк.

Картина оказала существенное влияние на европейскую и американскую живопись XX в. Экспрессия фигуры, цветовая передача эмоций и композиция много раз воспроизводились потом художниками. В частности, Энди Уорхол создал серию принтов-копий «Крика» в нескольких цветах. Картина стала самой дорогой работой Мунка, проданной когда-либо на аукционах.



Хуан Миро, «Голубая звезда»

1927 г., 23,6 млн ф. ст. (первоначальная оценка 15–20 млн ф. ст.). Аукцион Sotheby's, Лондон. Андре Бретон, автор «Манифеста сюрреализма», считал Миро «самым сюрреалистичным из нас», а «Голубую звезду» сам автор считал одной из главных своих работ. Лазурного оттенка синий, которым покрыта большая часть полотна, Миро определял как «цвет моих снов» – впоследствии это оказало влияние на Ива Кляйна и Марка Ротко. Полотно из знаменитой коллекции банкира Андре Лефевра, собиравшего произведения основоположников искусства XX в.

CORRIERE DELLA SERA



Автомобильный рынок Европы падает, а России растёт

«Коррьере дела Сера», Италия

Май стал восьмым по счету месяцем падения автомобильного рынка Европы. Продажи снизились на 8,7%, а число зарегистрированных новых машин – самое низкое за двадцать лет. Чтобы найти показатели ниже нынешних, надо вернуться в 1993 г. В том году было продано 5,1 млн машин за пять месяцев против сегодняшних 5,3 млн. Тревожные сигналы поступают также из Германии, которая длительное время процветала, а

сейчас ее благополучие слегка пошатнулось с первым отрицательным показателем (минус 4,8%). В Италии и в Испании падение равно 14,3%, во Франции – 16,2%, в Португалии – 27,5%, в Греции – 47,3%. Только в Великобритании наблюдается рост в 7,9%.

Южная Европа больше всех пострадала от конъюнктуры: между 2007 и 2011 гг. рынок в Италии сократился на 30%, в Испании – на 50%. Поддержка, которая была оказана государством в прошлом, не привела к модернизации автомобильного парка.

Все автомобильные заводы готовятся к периоду стагнации, который может продлиться три года. Были продлены скидки и стимулы, чтобы ограничить падение производства. Это отрицательно сказывается на рентабельности сектора и просто отодвигает проблему закрытия заводов сегмента В в Европе.

На заводах «Фольксваген», менее затронутых кризисом, тоже начинает возникать озабоченность из-за проблем еврозоны. Фран-

цузские автомобилестроители, по-видимому, переживают наиболее острый кризис (PSA потерял 19,5%, Renault – 13%). В результате были разработаны экономические планы, основанные на уменьшении рабочих мест. FIAT (снижение на 12,6%) заявил, что снизит свои инвестиции в европейское производство на 500 млн евро, заморозив развитие марки Grande Punto. BMW и Daimler – две большие роскошные машины – тоже стали меньше продаваться (примерно на 6%).

Генеральные директора европейских автомобильных компаний собрались недавно на генеральной ассамблее ACEA в Мадриде, но не выработали никакого совместного решения. Если будет отсутствовать координация на уровне Евросоюза, каждая группа автомобилестроителей сама должна будет решать эту проблему. Об этом заявил Серджио Маркионне, главный управляющий итальянского автомобилестроительного концерна FIAT и президент ACEA.

К счастью, существует Восточная Европа: из 27 стран, которые входят в Евросоюз, восемь весьма активны. Хотя их размеры невелики, они разряжают тревожную атмосферу. Польша в экономическом отношении выросла на 7,9%, Венгрия – на 19,6%, Чехия – на 3,2%, но именно Россия оказалась настоящим локомотивом. Начиная с апреля, регистрация новых автомобилей увеличилась на 14%. За четыре месяца года было продано более 880 тыс. автомашин, рост в расчете на год составляет 18%. В 2012 г. предполагается продать 2,85 млн автомашин. В настоящий момент Россия – это третий по величине автомобильный рынок в Европе, а в 2014 г. она выйдет на первое место по количеству проданных населению машин и обойдет Германию. ■

Автомобилестроение Европы переживает глубочайший кризис за последние 20 лет. На этом фоне Россия выглядит настоящим локомотивом: здесь продажи машин неуклонно растут, это третий по величине автомобильный рынок Европы, а в 2014 г. она выйдет на первое место, обогнав Германию.



Америка идет вперед, а мир откатывается назад

«Таймс», Великобритания

На фоне
экономических
неурядиц,
сотрясающих
мир, США
демонстрируют
признаки
подъема и
оживления.
Европейский
вирус не
оказывает
существенного
влияния на
американскую
экономику. И
тем не менее
европейский
опыт может
оказаться
полезным
властям США.

БРИКС рухнет. Начнем с Б. Обрабатывающая промышленность в Бразилии сокращает объемы. Министр финансов Гвидо Мантега винит в этом европейский кризис. В ответ он флиртует с протекционизмом в попытке снизить дефицит торгового баланса. Министр также объявил о временном сокращении налогов на сумму 1 млрд долл. в пользу автомобилестроения. В ответ отрасль пообещала снизить цены и сохранить занятость. Инфляция там составляет всего 5%, но центробанк понижает учетные ставки. Реформ для снижения «бразильских издержек» не будет.

Р: Россия, которая снова официально оказалась в надежных руках Владимира Путина. Это основанная на нефти экономика и... больше почти ничего. Путин отчаянно пытается увеличить объемы добычи, особенно сейчас, когда цены снижаются. Он назначил своего давнего коллегу по КГБ Игоря Сечина главой Роснефти и фактически царем энергетики, который возглавит атаку. Предполагается, что Сечин будет привлекать иностранный капитал и ноу-хау компаний, которые не слышали о ЮКОСе и ничего не знают о враждебности Путина, нашедшей отражение в его предостережении о том, что правительство запретит частным российским компаниям, имеющим лицензии на морские проекты в Арктике, перепродавать их Exxon Mobil, Chevron и прочим иностранным игрокам.

И: Министр финансов Индии Пранаб Мукерджи напомнил многим заверение Герберта Гувера от 1932 г. о том, что «благополучие – рядом, прямо за углом», когда сказал инвесторам: «Я полностью уверен в работоспособности и устойчивости индийской экономики». Он уверен, что Индия преодолет потребительскую инфляцию, выражающуюся двузначной цифрой, падение курса рупии, увеличивающийся дефицит торгового баланса, удушающую бюрократию и кучу прочих бед и напастей.

К: Промышленное производство в Китае сокращается, его банки перегружены ненадежными бумагами государственных предприятий, богатые ищут себе пристанище в Аме-

рике, банковские вклады переводятся в более безопасные места, и политическая нестабильность подводит режим все ближе к параличу. Ли Кецянь, который в будущем году должен взять в свои руки бразды правления страной, заявляет, что «искусственные» цифры ВВП, показывающие рост около 8%, ненадежны. Он говорит, что считать надо данные по производству электроэнергии, объемы железнодорожных перевозок и банковские кредиты, то есть те данные, которые ваш покорный слуга использовал полвека назад во время своей непродолжительной карьеры прогнозиста американской экономики. А эти показатели падают, как тяжелые камни.

Так, поедем в Европу. Большинство стран хочет отправить на периферию как можно больше немецкого богатства, заработанного тяжелым трудом. Неудивительно, что немцы относятся к этой идее с гораздо меньшим энтузиазмом, о чем их канцлер Ангела Меркель заявила новому социалистическому президенту Франции Франсуа Олланду во время очередной встречи типа «встретились, поели, разошлись во мнениях». Экономика еврозоны переживает спад, безработица выражается двузначными цифрами, доверие немецкого бизнеса упало до самой низкой за полгода отметки, а сторонники «греческого ухода» спорят с толпой евроэнтузиастов, которые хотят, чтобы Германия заплатила любую цену, лишь бы Греция осталась в еврозоне.

Между тем в Америке уже четыре с лишним года потребительские настроения – на самой высокой отметке. Экономический подъем идет рекордно низкими темпами в 2,2%, но многие экономисты предрекают к концу года показатель ближе к 3%. Нефтяные цены снижаются. Объем промышленного производства растет, и этот рост является всеобъемлющим, что внушает оптимизм. Отчасти это является отражением новой тенденции, когда производство и рабочие места начинают возвращаться обратно в Америку в связи с более низкими производственными затратами в стране и с ростом стоимости рабочей силы в Китае и Индии. Консалтинговая фирма



Accenture в результате проведенного исследования выяснила, что 40% компаний, переведших за последние два года свое производство, переместили его в США, и лишь 28% – в Китай, хотя КНР по-прежнему опережает Америку как предпочтительное место для открытия новых предприятий.

Сектор жилищного строительства наконец получил отпущение грехов. Продажи нового и вторичного жилья выросли в прошлом месяце на 3,3% и 3,4% соответственно. Предложение на рынке жилья незначительное, и цены на новые дома поднялись на 5% или как минимум стабилизировались. Цены на вторичное жилье также поднялись, но скромнее. Жилищное строительство – на подъеме.

Но на этом оптимизм заканчивается. Настроение у строителей жилья по-прежнему хуже, чем до рецессии, и передача жилья кредиторам – все еще повседневное явление в отрасли. Есть и другие негативные тенденции.

С другой стороны, европейский вирус вряд ли помешает экономическому оживлению, если только не запаникуют фондовые рынки. На долю экспорта в еврозону приходится всего 1,2% американского ВВП. Денежные фонды снизили свою задолженность перед еврозоной. Та брешь, которая образуется в результате вывода европейскими банками денег домой для укрепления своих балансов, заполняется местными кредиторами, а наши банки – намного сильнее европейских коллег.

И тем не менее Европе есть чему нас поучить. Политический тупик и неспособность изобрести смесь мер строгой экономии и налогово-структурных реформ, способствующих росту, обходится очень дорого. Демократы и республиканцы из партии чаепития, выступающие за кредиты, налоги и траты, столь же далеки друг от друга, как фрау Меркель и месье Олланд. И мы видим, куда такой раскол может завести Америку.

Автор – Ирвин Стелцер, советник по коммерческим вопросам и директор исследований экономической политики в Хадсоновском институте.



Греческая безнадежность

«Лидовки», Чехия

В начале 90-х годов, после короткой жизни демократической чехо-словацкой федерации, словацкие политики настойчиво повторяли: мы хотим собственное министерство иностранных дел, мы хотим собственный центральный банк, но общее государство мы разбивать не хотим. Аналогично рассуждают и греческие избиратели, и политические партии, убеждающие население в верности такого подхода: мы не хотим потерять евро, но пусть Европа нам не говорит, что мы живем не по средствам. Это так же иррационально, так же это и закончится.

Одна причина, по которой выборы не принесут грекам ясности, – внутренняя. Греки выбирали между молодыми, неиспорченными радикалами, которые готовы о судьбе Греции яростно спорить в ЕС, и старой политической гвардией, с которой они оказались в сегодняшнем маразме. Оба блока утверждали, что они – это надежда для страны, а их противники – это ужас. Избиратели (преимущественно граждане в возрасте) больше боялись неизвестности. Но коалиция под руководством «Новой демократии» будет слабой, и ничто не предвещает того, что именно теперь они будут управлять лучше, чем последние 20 лет.

Вторая причина неопределенности – внешняя. Если говорить очень жестко, Германия должна наконец решить, хочет она сохранить Грецию в еврозоне или она ее выкинет в назидание всем остальным. Германия пока не знает: она настаивает на условиях, от которых Греция никогда не придет в себя. Но когда в прошлом году премьер Греции Папандреу предложил референдум, который мог дать стране вторую возможность, Германия позволила Папандреу пасть. И пока здесь не будет ясности, греки могут ходить на выборы хоть каждые полгода. ■

Поведение населения Греции иррационально: оно не хочет покидать еврозону, но в то же время не желает жить по ее правилам.

Средняя Азия между Китаем, Россией и США

«Ленго сторто», Италия

Инвестиции, договоры о поставках энергии и привилегированные отношения, способствующие росту, – таковы основные положения соглашения, заключенного Китаем, Таджикистаном и Киргизией в ходе встречи в Пекине, посвященной укреплению связей между КНР и государствами Средней Азии. Президенты Китая, Таджикистана и Киргизии договорились о плане действий, который усиливает присутствие Пекина в энергетическом секторе, об экономическом развитии и инвестициях, предназначенных для укрепления региональной безопасности. Китай решил предоставить Таджикистану

займ в 50 млн долл. для модернизации дорог и инфраструктуры, 150 млн юаней для целей экономического развития, а гигантская Китайская национальная нефтяная корпорация заключила договор об эксплуатации залежей газа и сырой нефти страны.

С Киргизией Пекин договорился о финансировании строительства нефтеперерабатывающего завода в Кара-Балта в 250 млн долл. Экспортный банк Китая предоставит займ на реконструкцию энергетической инфраструктуры. Был принят меморандум о технологическом сотрудничестве.

Китай также продемонстрировал заинтересованность в укреплении отношений с Узбекистаном. Ху Дзиньтао подписал с узбекским президентом Исламом Каримовым примерно сорок торговых соглашений, которые приведут к тому, что китайцы инвестируют около 5,2 млрд долл. в технический и промышленный секторы.

Параллельно с продвижением Китая на восток Средней Азии эволюционировала и ситуация на Кавказе. В этом регионе, тоже богатом

природными ресурсами, в течение двух веков доминировала имперская политика царской и Советской России. Теперь Кавказ ищет западной поддержки для развития своих экономической и демократической структур.

Государственный секретарь США Хиллари Клинтон недавно осуществила серию визитов в Грузию, Азербайджан и Армению. В Тбилиси Клинтон дала высокую оценку прогрессу, достигнутому под руководством грузинского президента Михаила Саакашвили в экономическом секторе, и подтвердила, что Вашингтон будет оказывать поддержку для вступления Грузии в НАТО.

Более деликатным был визит в Азербайджан. Клинтон остановилась на очень напряженных отношениях с Ираном и попросила поддержки Баку против диктаторского режима Ахмадинежада. Азербайджанский президент Ильхам Алиев заявил, что в случае войны США с Тегераном его страна сохранит нейтралитет. Он подписал протокол о сотрудничестве в области энергетики с Вашингтоном, чтобы позволить Западу уменьшить свою энергетическую зависимость от России.

Наконец, Клинтон отправилась в Армению. Она дала высокую оценку прогрессу, достигнутому Ереваном в развитии демократических институтов, и пригласила армянские власти как можно быстрее положить конец напряженности с соседним Азербайджаном из-за Нагорного Карабаха.

За исключением Армении, которая поддерживает привилегированные отношения с Москвой, визит Государственного секретаря США на Кавказ был принят с удовлетворением, потому что он продемонстрировал интерес администрации Обамы по отношению к этой геополитической зоне, которая видит в Вашингтоне незаменимого союзника для противоядия амбициям России.

Грузия и Азербайджан составляют общий фронт с Турцией. ■

Китай демонстрирует заинтересованность в укреплении отношений с государствами Средней Азии и подписывает многомиллионные сделки на сотрудничество в разных сферах экономики.

The Washington Post



Бывший тexasский миллиардер Стэнфорд приговорен к 110 годам тюрьмы

«Вашингтон пост», США

В США был вынесен приговор бывшему тexasскому миллиардеру Аллену Стэнфорду, чья финансовая империя охватывала обе Америки. Его приговорили к 110 годам тюрьмы по обвинению в мошенничестве. За 20 лет он выманил у инвесторов примерно 7 млрд долл., создав одну из крупнейших в истории США «схем Понци».

После того, как в марте присяжные признали бывшего миллиардера виновным по 13 из 14 предъявленных обвинением пунктов, прокуроры потребовали приговорить Стэнфорда к 230 годам тюрьмы – максимальному возможному в этом случае сроку. Приговор Стэнфорду по обвинениям в мошенничестве, подкупе и организации заговора последовал после судебного процесса, длившегося семь недель.

Адвокаты Стэнфорда требовали меры наказания в виде не более 41 месяца лишения свободы. Это означало бы, что уже через пять месяцев Стэнфорд смог бы выйти на свободу, так как находился в тюрьме с момента ареста в июне 2009 г.

Во время слушания Стэнфорд выступил с бессвязным заявлением, в котором отрицал свою вину. Он заявил, что является «козлом отпущения», и обвинил федеральное правительство в том, что оно «развалило» его империю, тем самым не позволив инвесторам вернуть свои деньги. Прокурор Уильям Стеллмах раскритиковал Стэнфорда, отметив, что финансист не раскаивается в том, что лишил тысячи людей их сбережений. «До самого конца он оставался мошенником и трусом», – заявил Стеллмах во время слушания.

Стэнфорд когда-то считался одним из богатейших людей в США, с личным состоянием примерно в 2 млрд долл. Его финансовая империя простиралась от США до Латинской Америки и Карибского моря. После задержания на все его активы был наложен

арест, и поэтому ему пришлось пользоваться услугами назначенных судом адвокатов для своей защиты.

Защита 62-летнего Стэнфорда описывала его как предпринимателя-мечтателя, который зарабатывал для инвесторов и заключал законные сделки. Они обвинили главного свидетеля обвинения Джеймса Дэвиса, бывшего финансового директора нескольких компаний Стэнфорда, в том, что именно он стоит за мошенничеством. Адвокаты Стэнфорда попытались дискредитировать его, назвав лжецом, уклоняющимся от уплаты налогов.

Анджела Шо из Далласа, основавшая Коалицию жертв Стэнфорда и выступавшая на судебном процессе, заявила, что надеялась на максимально возможное наказание для финансиста. Она расстроилась, когда Стэнфорд даже не извинился за содеянное в суде. «Было бы достаточно показать хоть какую-то степень раскаяния и наличие чего-то человеческого», – заявила она.

Судья Хиттнер также обязал Стэнфорда вернуть 5,9 млрд долл., но этот шаг был скорее символическим, так как Стэнфорд – банкрот.

Решение суда также позволило американским властям заняться украденными из инвестиционного фонда 330 млн долл., которые сейчас заморожены на иностранных счетах финансиста в банках Канады, Великобритании и Швейцарии. Но в связи с судебными разбирательствами может потребоваться несколько лет, прежде чем более 20 тыс. инвесторов смогут вернуть хоть что-то из потерянных средств.

В сентябре начнется суд над тремя сотрудниками компаний Стэнфорда, которые обвиняются в мошенничестве. А сам бывший миллиардер обвиняется в мошенничестве Комиссией по ценным бумагам и биржам США (SEC). ■

Суд приговорил
бывшего
тexasского
миллиардера
Аллена
Стэнфорда к 110
годам тюрьмы
за организацию
мошеннической
схемы. Сам
Стэнфорд вины
не признал,
не раскаялся
и после
вынесения
приговора
не попросил
прощения
у тысяч
обманутых им
инвесторов.

Le Monde

Европа может пострадать от усиления Евразии

«Монд», Франция

Шанхайская организация сотрудничества, которую Запад изначально воспринимал как обыкновенный военный инструмент для создания противовеса влиянию НАТО, может в итоге оказаться куда более серьезным механизмом на службе новых и независимых экономических амбиций набирающих силу евразийских держав. И первой в очереди пострадавших, безусловно, окажется Европа. Дело в том, что запланированные на огромном геополитическом пространстве (от Северо-Восточной Азии до Турции) работы предусматривают лишь предельно ограниченное участие Запада. Можно ли рассматривать это как признак появления новой российско-

ШОС, которую Запад изначально воспринимал лишь как противовес влиянию НАТО, может в итоге оказаться действенным механизмом реализации экономических амбиций набирающих силу евразийских держав. И первой в очереди пострадавших, безусловно, окажется Европа.

китайской геополитической зоны, которая будет неподконтрольна трансатлантическому блоку?

С момента создания ШОС Китаем, Россией,

Казахстаном, Киргизией, Таджикистаном и Узбекистаном в 2001 г. к организации присоединились четыре наблюдателя (Индия, Иран, Монголия и Пакистан) и два партнера по диалогу (Белоруссия и Шри-Ланка). Недавно их ряды также пополнили Турция (партнер) и Афганистан (наблюдатель). Вступление в организацию в той или иной форме Северной Кореи в будущем также не исключается! Несмотря на зачастую разнонаправленные интересы, все эти страны представляют собой значительный рынок, не в последнюю очередь из-за своего демографического веса. К тому же, это неоднородное образование включает в себя одни

из самых динамичных экономик мира (Индия, Китай) и обладает разнообразными стратегическими ресурсами, которые могли бы использоваться для развития европейской и североамериканской промышленности (нефть, газ, редкоземельные элементы).

Чтобы в полной мере воспользоваться открывающимися перед ними экономическими и финансовыми возможностями, страны ШОС стремятся к расширению интеграции и взаимодействия, так как считают, что от стабильности товарообмена зависит процесс их модернизации и устойчивость экономического роста. Выживание некоторых существующих режимов (в первую очередь в Средней Азии) также представляет собой важный вопрос в условиях всё более четко выраженных внутренних общественных требований. В регионе существует реальный риск активизации насильственных действий протестующих на фоне уже и так неустойчивого равновесия (речь идет, например, о Ферганской долине в Таджикистане). Что касается двух лидеров организации, Москвы и Пекина, у них нет никаких причин желать возникновения в соседних странах народных движений по типу «арабской весны» или цветных революций, так как это потенциально чревато для них потерей влияния и тесных связей с региональными лидерами. Нужно добавить, что у этих народных движений могут быть и прямые последствия для России и Китая, где существует несколько проблемных зон (Кавказ, Синьцзян).

На огромном пространстве от Средиземного моря до Тихого океана была начата реализация многочисленных инфраструктурных проектов (транспорт, энергетика), и целый ряд других инициатив находится в стадии подготовки. Таким образом, приоритет (по крайней мере, временно) отдается модернизации экономики и инфраструктуры, а не преобразованиям в политике. Хорошими примера-



ми могут послужить реконструкция железнодорожной линии Стамбул – Алматы, коридор Мумбаи – Санкт-Петербург, прокладка железнодорожного пути из порта Гвадар в Далбандин, дорога из Куньмина в Читтагонг и т.д. Этот динамизм в двухсторонних отношениях и огромное многообразие проектов наводят экспертов на мысль о возрождении легендарного «шелкового пути».

Для Москвы и Пекина этот наземный маршрут, естественно, представляет большой интерес. Дело в том, что он проходит вдали от морских дорог и океанов, которые сегодня по большей части контролируются западными державами. Кроме того, он предлагает стратегический контроль над товарообменом и финансовыми потоками между развивающимися и развитыми странами, Азией и Европой. Эта региональная евразийская группа также позволяет им упрочить свое влияние в ключевых международных вопросах (Сирия, Северная Корея, Иран, Афганистан) по отношению к Евросоюзу и США (противоракетная оборона).

Отсутствие президента Владимира Путина на саммите «большой восьмерки» в Кэмп-Дэвиде в мае этого года и его решение лично отправиться в Пекин на саммит ШОС является важным признаком его дипломатического поворота в сторону Содружества Независимых Государств (он назвал его «абсолютным приоритетом») и Азии (прежде всего Дальнего Востока России). Российский лидер считает «беспрецедентным» развитие отношений с Китаем, который стал главным торговым партнером России. Кроме того, он выразил надежду на то, что объем двухстороннего товарообмена возрастет до 100 млрд долл. к 2015 г. и даже 200 млрд долл. к 2020 г. Таким образом, сближение Москвы и Пекина нужно воспринимать как длительное явление. По крайней мере выглядит оно именно таким.

Тем не менее, как и в клубе БРИКС, источники неравенства и соперничества участвующих в деятельности ШОС государств разнообразны и устойчивы. Так, например, Россия испытывает необходимость в Китае как стране-потребителе ее природных ресурсов, но в то же время опасается его с точки зрения растущей конкуренции на рынке вооружения и его огромной демографической «ударной силы», которая может заполнить слабозаселенные российские территории. Как бы то ни было, стремление к объединению взглядов и желание двигаться вперед прослеживаются и в отношениях между вчерашними «врагами». Так, Москва и Кабул начали сближение по вопросу совместной борьбы с наркоторговлей, тогда как Нью-Дели и Исламабад обсуждают пограничные вопросы. Китай и Индия всячески стремятся продемонстрировать добрую волю, увеличив количество двухсторонних визитов. Прекрасное проявление прагматизма в эпоху мирового кризиса!

Координируя свою дипломатию, Москва и Пекин стараются сделать всё, чтобы не дать западным державам «хорошего» предложения для того, чтобы остаться в регионе после ухода коалиции.

Для Европы этот вопрос появления нового политического пространства (хотя его реальная «интеграция» выглядит маловероятной в краткосрочной и среднесрочной перспективе) поднимает проблему ее позиции по отношению к Азии в перспективе 2020–2030 гг. В нынешнюю эпоху резких бюджетных сокращений, в том числе в оборонной и дипломатической сферах, перед странами ЕС в полный рост встает проблема защиты их жизненно важных интересов. Так как вообще Европа намеревается обеспечить снабжение стратегическими ресурсами и обезопасить торговые маршруты, если инструменты ее влияния пришли в упадок? ■

The Washington Post

Как они заработали свои миллиарды?

«Вашингтон пост», США

За почти два десятка лет работы на развивающихся рынках и путешествий от песчаных дорог Бихара до вертолетных площадок на крышах Сан-Паулу в поисках возможностей для инвестирования я выработал необычное рабочее правило – следить за списком миллиардеров, выяснять, сколько и на чем они заработали свои миллиарды. Изменения в списке, а также в размерах и источниках состояний могут служить предварительным показателем того, насколько развивающиеся страны готовы конкурировать в глобальной экономике.

Если в стране появляется слишком много миллиардеров для размера ее экономики, такая концентрация богатства может привести к стагнации. Возьмем Китай. Здоровая экономика в конкурентной среде порождает огромные богатства, и по этому параметру у Китая по-прежнему поразительно здоровая экономика. Однако в первой десятке китайских миллиардеров отмечается высокая ротация, и мало у кого из них когда-либо получалось нажить более 10 млрд долл. В сущности, есть основания думать, что Пекин ввел неписаное правило, ограничивающее размер их состояний. За последние 15 лет Китай создал больше богатств, чем любая другая страна, но состояние его самого богатого человека сейчас составляет около 10 млрд долл. Это намного меньше, чем у миллиардеров из не столь сильных экономик – Индии, Мексики, России, Нигерии.

Также о многом говорит и то, что два человека, в последнее десятилетие считавшиеся самыми богатыми в Китае, сейчас находятся в тюрьме по обвинениям в коррупции. Это не означает, что они были арестованы безосновательно, однако показывает, что в китайской деловой культуре власти уделяют особое внимание тем случаям, когда сделки приносят кому-либо состояние, приближающееся к 10 млрд долл. Дэн Сяопин говорил, что «быть богатым почетно», однако сейчас власти дают

понять, что это не относится к слишком богатым. Правительство, по-видимому, специально обеспечивает наверху конкурентную ротацию – в том числе и для того, чтобы обуздать общественное недовольство.

Теперь посмотрим на Россию, в которой сотня миллиардеров контролирует состояния объемом в целых 20% национального ВВП. В России почти столько же миллиардеров, как в Китае, однако их совокупное состояние в два раза больше, хотя российская экономика вчетверо меньше китайской. Также поражает и то, что в России нет не только среднего класса, но и класса миллионеров: по данным Boston Consulting Group, Китай занимает по числу миллионеров третье место в мире, в то время как Россия по этому параметру даже не входит в первые 15 стран.

Растущее влияние государства на бизнес отражает тот факт, что 69 из этих российских миллиардеров живут в Москве, создавая самую высокую концентрацию миллиардеров в мире. Под защитой своих покровителей самые богатые россияне не сталкиваются с высокой конкуренцией. Восемь из первой десятки миллиардеров держатся в ней с 2006 г. Более 80% богатства российским миллиардерам приносят непроизводительные отрасли – недвижимость, строительство и – в особенности – добыча сырья, а именно нефти и газа. В этих секторах политические связи могут поддерживать состояния неопределенно долго. Ни в одной из прочих развивающихся стран доля этих секторов не превышает 35%. Даже в Бразилии, сырьевой экономике примерно с тем же уровнем дохода, что и Россия, доля непроизводительных отраслей в состояниях миллиардеров не превышает 12%.

Если миллиардеры процветают, культивируя политические связи, а не развивая новые отрасли, это может стать причиной волнений, аналогичных индонезийскому восстанию, которое в 1990-х годах свергло Сухарто.

Изучение списка миллиардеров в разных странах дает основание для важных экономических выводов и обобщений. Изменение состава этих списков на протяжении нескольких лет свидетельствует о состоянии экономики той или иной страны.



В мировой прессе Индия по-прежнему тесно ассоциируется со своими технологическими предпринимателями, однако в последнее время этих динамичных магнатов заменяет в списке миллиардеров новая группа – провинциальные магнаты, договаривающиеся с правительствами штатов и монополизирующие рынки в таких отраслях, как добыча полезных ископаемых или недвижимость. Так как в Индии нет налогов на наследство и на имущество, в ней всегда было много миллиардеров, однако сейчас этот класс быстро расширяется. Вероятно, он растет быстрее, чем в любой другой стране мира. В 2000 г. в первой сотне миллиардеров мира индийских магнатов не было. К 2011 г. их было уже семь. В 2012 г. из-за проблем на индийском фондовом рынке их осталось четыре.

В развивающемся мире по среднему богатству первой десятки своих миллиардеров Индия отстает только от России и от Мексики. Ротация наверху в ней также замедляется. Вся первая десятка индийских миллиардеров из последнего списка Forbes сохранилась с 2006 г. Напротив, на долю китайских миллиардеров приходится лишь 3% экономики, и лишь четыре китайских миллиардера из первой десятки не сменились с 2006 г.

Списки миллиардеров могут служить не только отрицательным показателем. Сравнительно низкая концентрация национального богатства в руках миллиардеров – одна из причин считать перспективы стран, находящихся внизу индекса миллиардеров, относительно хорошими на фоне замедления мировой экономики. Кроме того, в первых десятках многих из этих стран за 2011 г. очень высокая ротация.

Конечно, сравнивать такую развитую страну, как США, с более молодыми и быстрее развивающимися экономиками, может быть, и ошибочно, однако быстрый просмотр американского списка миллиардеров демонстрирует некоторые интересные особенности. Мож-

но было бы ожидать, что состояния в нем будут сравнительно крупными и устоявшимися, и это так и есть: среднее состояние миллиардера из первой десятки в Соединенных Штатах достигает 31 млрд долл. Однако общая доля миллиардеров в ВВП (10,6%) выглядит средней по стандартам развивающихся рынков.

Американские миллиардеры также относительно хорошо перенесли финансовые неурядицы. Это показывает, что американцы намного лучше адаптируются к глобальным катастрофическим сдвигам. Для американского списка характерно, что самые крупные и стабильные состояния в нем принадлежат независимым и передовым лидерам, основателям эффективных компаний (в частности, Microsoft, Berkshire Hathaway и Walmart) именно того типа, который способен повысить глобальную конкурентоспособность любой экономики – развитой или развивающейся.

Полезность списков миллиардеров, вероятно, будет расти по мере роста развивающихся рынков. На что смотреть, уже ясно: число миллиардеров должно быть пропорционально ВВП, миллиардеры должны сталкиваться с конкуренцией, порождающей ротацию и ограничивающей их долю в экономике, и возникать они должны в первую очередь в новых производственных отраслях, а не благодаря патронату. В основе процветания капиталистического общества лежит творческое разрушение, ведь обладающие политическими связями и уже находящиеся в списке миллиардеров люди заинтересованы в сохранении устоявшегося порядка, они – враги капитализма.

Автор – Ручир Шарма, глава отдела развивающихся рынков Morgan Stanley Investment Management. Статья основана на выдержке из его новой книги «Прорывные страны: в поисках новых экономических чудес»



Google сообщает о «тревожном» усилении цензуры со стороны правительств

«Гардиан», Великобритания

О тревожном увеличении попыток правительств различных государств цензурировать Интернет сообщила компания Google. Беспокойство вызывает рост количества запросов на удаление политического контента в течение последнего полугодия – с момента опубликования последнего доклада о прозрачности. Многие из этих запросов принадлежали правительствам западных

компаний, демократий, обычно не ассоциирующихся с цензурой. Испанские власти попросили Google ликвидировать 270 ссылок на блоги и газетные статьи, содержащие критику общественных деятелей. Поисковик не подчинился. В Польше Google попросили удалить статью с критикой польского ведомства по развитию предприятий и восемь других результатов поиска, связанных с этой статьей. Компания и в этом случае отказала. Канадские власти обратились к Google с просьбой удалить с Youtube видео, на котором гражданин страны мочится на свой паспорт и сливает его в унитаз. Компания ответила отказом. Власти Таиланда попросили Google удалить 149 роликов Youtube, предположительно оскорбляющих королевскую семью, – в нарушение соответствующего закона. Компания согласилась с 70% запросов. Пакистан попросил Google уничтожить шесть Youtube-видео с сатирическими сюжетами про армию и политиков страны. Google отклонил запрос.

Британская полиция обратилась к компании с просьбой ликвидировать Youtube-аккаунты за предположительную пропаганду терроризма. Google согласился. В США большинство запросов имели отношение к предположительному оскорблению людей в видеороликах Youtube. Власти потребовали удаления 187 роликов. Компания удовлетворила 42% запросов.

Главный политический аналитик Google Дороти Чу написала в своем блоге: «К сожалению, тенденция последних двух лет вызывает беспокойство. Когда мы начали публиковать эти данные в 2010 г., мы отметили, что правительственные ведомства различных стран иногда просят нас удалять политический контент, который пользователи выкладывают на наших сервисах. Мы надеялись, что это было исключением из правил. Теперь мы знаем, что это – не так. Это – пятый доклад, опубликованный нами. Как и ранее, нас просили удалить политические высказывания. Нас тревожит эта тенденция не только потому, что риску подвергается свобода слова, но и потому, что некоторые запросы исходили от стран, которые вы бы никогда в подобном не заподозрили, – от западных демократий, обычно не ассоциирующихся с цензурой».

За последние полгода Google удовлетворил 65% судебных запросов и 47% более неформальных просьб.

Главный советник компании по вопросам авторского права Фред фон Ломанн сообщил, что нарушение авторских прав – главная причина, по которой Google удаляет ссылки из поиска. Он сказал, что в прошлом году компания получила 3,3 млн запросов на удаление файлов из-за нарушения авторских прав и что в этом году количество таких запросов вырастет в четыре раза. Компания удовлетворила 97% запросов. ■

Использованы материалы сайта www.inosmi.ru

Использованы материалы сайта www.inosmi.ru

Календарь выставок МВЦ «Крокус Экспо», 2012 г.

АВГУСТ

28–31 августа, пав. 1, 2, залы 1, 2, 3, 4
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»

10–13 сентября, пав. 2, зал 11
Международная специализированная выставка «YES!» 2 FASHION
Организатор: «Рихард»

10–13 сентября, пав. 3, залы 17, 18
Международная специализированная выставка обуви, сумок и
аксессуаров «МОСШУЗ–2012»
Организатор: «МосШуз»

17–20 сентября, пав. 2, залы 6, 7, 8
Московский международный стоматологический форум и выставка
«ДЕНТАЛ-ЭКСПО–2012»
Организатор: ДЕ-5

17–20 сентября, пав. 3, зал 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
Организатор: «Евроэкспо»

19–22 сентября, пав. 1, залы 1, 2, 3, 4
18-я международная туристская выставка «ОТДЫХ / LEISURE»
7-я международная выставка эксклюзивного туризма
LUXURY LEISURE
Организатор: «Евроэкспо»

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»

25–30 сентября, пав. 3, зал 17
МЕХОВАЯ ВЫСТАВКА-ПРОДАЖА
Организатор: Королева Н.В., ИП

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»

26–28 сентября, пав. 2, зал 8
9-я международная выставка INFOSECURITY RUSSIA
Организатор: «Гротек»

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, зал 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 «Союзагромаш»

10–13 октября, пав. 2, залы 5, 6, 7, 8, 10, 11
Международная специализированная выставка
I SALONI WORLDWIDE MOSCOW–2012
Организатор: Cosmit S.p.a

10–13 октября, пав. 3, зал 18
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, залы 1, 2
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
Международный электроэнергетический форум «UPGrid 2012.
ЭЛЕКТРОСЕТЕВОЙ КОМПЛЕКС. ИННОВАЦИИ. РАЗВИТИЕ»
Организатор: Выставочный павильон «Электрификация», ВВЦ

24–26 октября, пав. 2, зал 7
Всеобластная выставка «ПОДМОСКОВЬЕ–2012»
Организатор: «Экспо-Московия»

24–26 октября, пав. 2, зал 6
Специализированная выставка украшений и модных аксессуаров
одежды GARDEROBE
Организатор: Reed Exhibitions

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: Изд-во «Часовая литература»

4 Календарь выставок

25–28 октября, пав. 1, зал 4
13-я международная выставка «ОХОТА. РЫБАЛКА. ОТДЫХ. ОСЕНЬ»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

26–28 октября, пав. 3, зал 17
Международная специализированная выставка
FIBO POWER RUSSIA–2012
Организатор: Reed Exhibitions Deutschland GmbH

27 октября – 3 ноября, пав. 1, зал 2
Всероссийская ярмарка мёда
Организатор: Союз пчеловодов России

31 октября – 3 ноября, пав. 2, зал 7
Международная специализированная выставка «КЕРАМИКА»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

НОЯБРЬ

1–4 ноября, пав. 2, зал 8
Международная архитектурно-строительная выставка
«КРАСИВЫЕ ДОМА–2012»
Российский архитектурный салон
Международная выставка интерьеров и декора
«САЛОН ИНТЕРЬЕРОВ»
Архитектурно-строительная выставка
«КРАСИВЫЕ ДЕРЕВЯННЫЕ ДОМА»
Организатор: World Expo Group

2–5 ноября, пав. 3, зал 13
Выставка-ярмарка «РАДУГА ДЕТСТВА»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

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»

15–17 ноября, пав. 3, зал 14
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»

23–25 ноября, пав. 2, зал 5
10-я международная выставка-форум
«ВСЯ НЕДВИЖИМОСТЬ МИРА»
Организатор: МБ «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»

14–16 декабря, пав. 3, зал 13
Ярмарка «ПИР–2012»
Организатор: «ПИР Групп»

В программе выставок возможны изменения и дополнения.



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

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

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





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

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.

CROCUS CITY HALL

5 ОКТЯБРЯ

Муслим Магомаев

ТЫ МОЯ МЕЛОДИЯ

ВЕЛИКОМУ ПЕВЦУ
ПОСВЯЩАЕТСЯ...

А.Путачёва И.Кобзон Л.Лещенко Н.Бабкина
ХОР ТУРЕЦКОГО В.МЕЛАДЗЕ ЕМИН С.ПЕНКИН
АЛСУ ВАЛЕРИЯ ЦВЕТЫ А'СТУДИО Б.СТРУЛЕВ
И ДРУГИЕ...



21 СЕНТЯБРЯ

LENNY KRAVITZ LIVE



30.09 Радио 104.7

4 ЗВЕЗДЫ + 4 ГОЛОСА ОПЕРЫ

IL DIVO

В СОПРОВОЖДЕНИИ ОРКЕСТРА



17 ОКТЯБРЯ

Гала-концерт

РОМАНТИКА РОМАНСА

к 15-летию телеканала «Культура»

А.Пахмутова А.Ф.Скляр О.Погудин Г.Хомчик
А.Фрейндлих Е.Гусева Д.Певлов «Кватро»
В.Ланская А.Макарский О.Митяев

Фонд культурно-музыкального наследия
Муслима Магомаева представляет

II Международный Конкурс
вокалистов имени М. Магомаева

на сцене
Crocus City Hall
зажгутся
новые звезды

20 и 21 октября
2012 года

Председатель жюри - Народная артистка СССР - Тамара Синявская



18 ОКТЯБРЯ

Aura Dione

Аура Дион

автор хитов Friends и Geronimo



НАШЕ РАДИО 101.7 fm

27 ОКТЯБРЯ

1511 * 2

С СИМФОНИЧЕСКИМ ОРКЕСТРОМ

ДИРИЖЕР - ЗАСЛУЖЕННЫЙ АРТИСТ РОССИИ ФЕЛИКС АРАНОВСКИЙ
АРАНЖИРОВКИ - ЗАСЛУЖЕННЫЙ ДЕЯТЕЛЬ ИСКУССТВ ГЕНАДИЙ КОРНИЛОВ

СПЕЦИАЛЬНЫЕ ГОСТИ: ТАМАРА ГВЕРДЦЕЛИ, ДИАНА АРБЕНИНА, НАСТЯ ПОЛЕВА



9 НОЯБРЯ

НИКОЛАЙ НОСКОВ

Я улыбаюсь

Первоисточник стилизованного каллиграфа
Magnetic Fantasy



НАШЕ РАДИО 101.7 fm

17 НОЯБРЯ

ГРУППА ПЕЛАГЕЯ

ШЕДЕВРЫ ТАЩИВЫ. НОВОЕ ПРОГРАММЫ

ВИШНЕВЫЙ САД



2 ДЕКАБРЯ

JAZZ NIGHT

ВЕЧЕР ДЖАЗОВОЙ МУЗЫКИ

Diana Krall

ДАИАНА КРОЛЛ



Получить справочную информацию, забронировать и оформить доставку билетов курьером вы можете по телефону call-центра:
+7 (499) 55 000 55 Режим работы call-центра: ежедневно: с 10:00 до 21:00

www.crocus-hall.ru