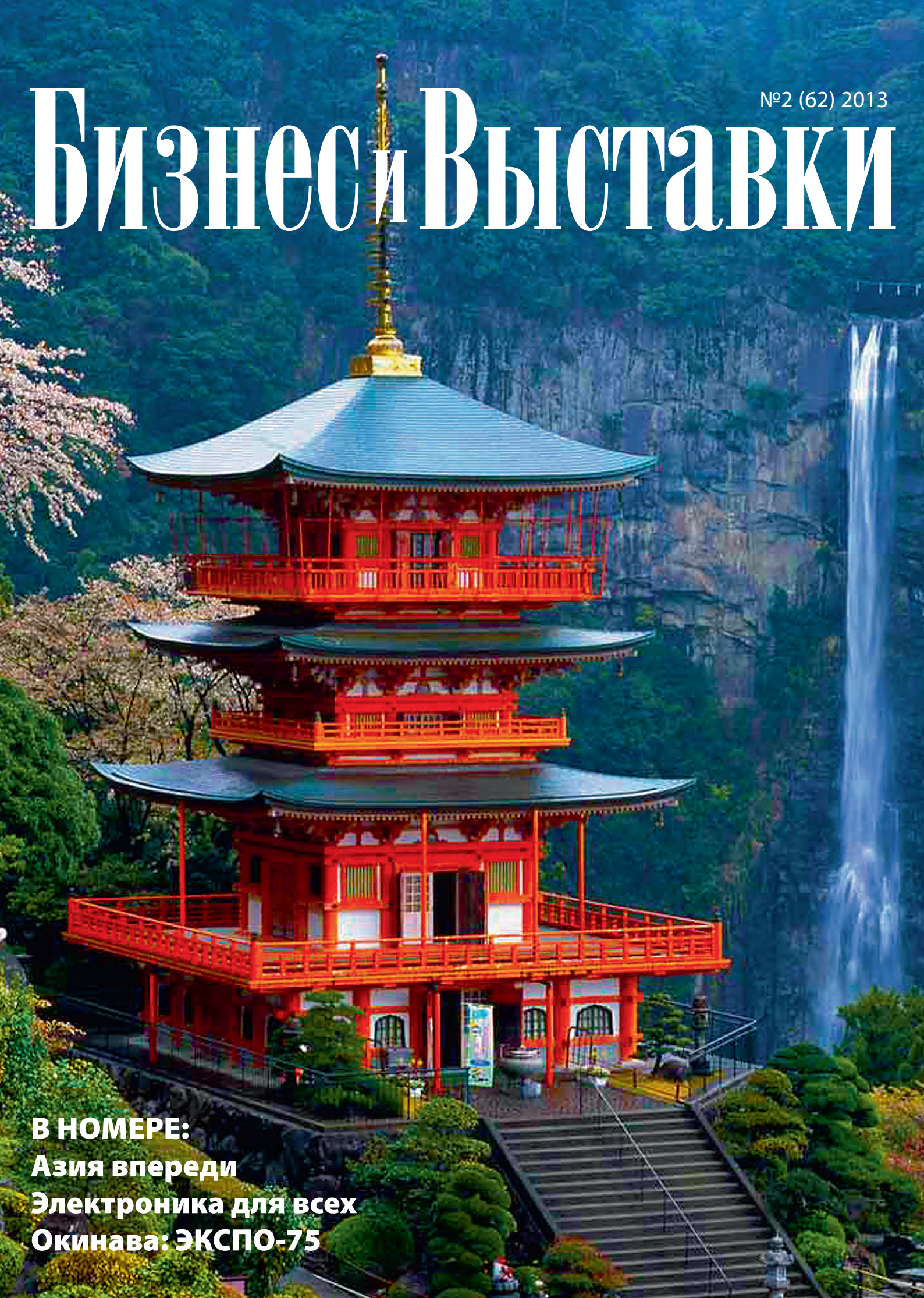


№2 (62) 2013

Бизнес и Выставки



В НОМЕРЕ:

Азия впереди

Электроника для всех

Окинава: ЭКСПО-75



Достойные решения для вашего дома

МЕБЕЛЬ | САНТЕХНИКА | СВЕТ | ПРЕДМЕТЫ ДЕКОРА | ОРАНЖЕРЕЯ

+7 (495) 727-17-17
www.tvoydom.ru

**ТВОЙ
ДОМ**

всё лучшее в нём

24 и 66
КМ МКАД



КРОКУС СИТИ МОЛЛ
croscitymall.ru

10 ЛЕТ БЕЗУПРЕЧНОГО СТИЛЯ

Бизнес и Выставки

№ 2 (62) 2013

Издатель
Арас АГАЛАРОВ

Главный редактор
Борис ФАНТАЕВ

Заместитель главного редактора
Ирина СКИБИНСКАЯ

Редактор
Надежда КАЛМЫЧКОВА

Арт-директор
Антон МАШАНОВ

Отдел рекламы:
Тел.: (495) 223-4215

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 Mama Mia
www.mamamia.ru

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

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

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

Отпечатано в России.
Тираж 12 000 экз. Цена свободная.

QR-code



От издателя.	4
КРОКУС: новости компании	5

ГЛАВНАЯ ТЕМА

Маленькие радости жизни	6
Вся электронная рать	8
Удобство и престиж	10
Опережая потребности.	12
Игрушки для взрослых	16
Улыбнитесь, вас снимают!	20
Электроника для всех.	24

ВЫСТАВКИ И РЫНКИ

Выставки, конгрессы, форумы	30
«Крокус Экспо»: день за днем.	32
Мы наш, мы новый мир построим	34
Buildex– преимущества очевидны	36
Кирпич к кирпичу	38
Есть миллиард!	42
С комфортом по жизни	46
Азия впереди	48



6



48



ИСТОРИЯ УСПЕХА

Ротшильды: усердие и традиции 52

ВЫСТАВОЧНЫЕ И КОНГРЕССНЫЕ ЦЕНТРЫ

Palexpo – только для знатоков 58

ИЗ ПРОШЛОГО

Остров в океане 62

ВСЁ НА ПРОДАЖУ

Новости аукционов 66

ДАЙДЖЕСТ 69

КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК

Электроника и бытовая техника 26

Стройматериалы 41

«Крокус Экспо» 79



С
D
C
O
R
K
C



ОТ ИЗДАТЕЛЯ

Начало нового века – это не только календарное понятие. В жизни общества оно проявляется также во внедрении новых, до того невиданных, технологий, в появлении принципиально новых товаров и рынков. Так было, когда начали говорить о веке электричества, о веке автомобиля или веке компьютеров. Все эти инновации прошлых времен появились и стали служить человеку благодаря гению изобретателей и энергии предпринимателей, сумевших превратить изобретения в конкретные товары.

Слово «инновации» звучит сегодня едва ли каждый день. На рынке постоянно появляются новые сложные устройства, объединяющие в себе многочисленные функции. Повседневным стало использование iPad'ов и iPhone'ов. Можно говорить о том, что человечество вошло в посткомпьютерную эпоху, или в век инноваций, превративших изобретения в реальность и сделавших их частью повседневной жизни.

Инновации в современном мире реализуются в принципиально новых продуктах, создающих потребительский спрос, дающих рождение новым, ранее не существовавшим, рынкам, стимулирующим возникновение новых отраслей промышленности и технологий. Сегодня мы не представляем себе жизни без множества «умных» устройств и машин, о существовании которых еще пару десятков лет назад не могли и помыслить.

Не всякая экономика способна рождать инновации. Они создаются и ведут за собой прогресс в условиях свободного предпринимательского климата. Это предполагает формирование благоприятных условий во многих сферах: от налогообложения до трудового законодательства, от регулирования конкуренции до промышленной политики, от образования до обеспечения прав на объекты интеллектуальной собственности.

Инициаторами инноваций, или визионерами, способными заглянуть в будущее, бывают люди из разных слоев общества. Новые идеи в разное время исходили не только от ученых или инженеров, но и от государственных деятелей, архитекторов, дизайнеров, музыкантов. Но все же главный «инкубатор» инноваций – это частный и корпоративный секторы. Стало общим местом повторять, что первый персональный компьютер, давший начало огромной и процветающей отрасли промышленности и перевернувший нашу жизнь, был собран на верстаке в гараже двумя любителями.

Россия всегда была богата изобретателями. Но ни в прежние времена, ни теперь изобретения не становились главными двигателями развития экономики, не превращались в инновации. Отсюда и существующее технологическое отставание России от промышленно развитых стран. Преодолеть его можно только через создание в стране стимулов для инновационной деятельности. Задача эта – непростая, но выполнимая.

Арас АГАЛАНОВ



Crocus Group продолжает развитие сети концептуальных торгово-развлекательных комплексов VEGAS. Одновременно со строительством нового центра VEGAS в Крокус Сити идет строительство VEGAS-Кунцево на 55–56 км МКАД, между Можайским и Рублёво-Успенским шоссе. Его общая площадь составит 231,3 тыс. кв. м (торговая – 113 тыс.). VEGAS-Кунцево продолжит идею уникальной концепции зонирования и декорирования: помимо уже полюбившихся посетителям тематических Gold Street, Ginza и Fashion Avenue в комплексе будет представлена большая интерактивная зона активного отдыха X-Venture (3 тыс. кв. м) с гигантским скалодромом и 2-уровневым велодромом, а также зона развлечений с парком аттракционов, ледовым катком со встроенными цилиндрическими аквариумами, мультиплексом и ресторанным двориком. На первом уровне VEGAS-Кунцево расположится торговый комплекс «Твой Дом». Окончание строительства обоих проектов запланировано на весну 2014 г.

Журнал Forbes определил крупнейших рантье на рынке недвижимости России. Он ежегодно составляет рейтинг 30 бизнесменов, которые больше всего зарабатывают на сдаче в аренду объектов коммерческой недвижимости на территории России. В первую десятку рейтинга вошла группа «Крокус» Араса Агаларова с доходом в 370 млн долл. Первое место, по подсчетам экспертов, в 2012 г. заняла компания «Киевская площадь», которая заработала на сдаче в аренду 1,1 млрд долл., на второй позиции оказалась компания «Икеа Мос» (760 млн долл.), на третьей – группа «Ташир» (720 млн долл.).



На федеральном телеканале ТНТ стартовал новый комедийный скетчком «Страна в Shope», повествующий о жизни огромного торгово-развлекательного комплекса. Масштабный проект был осуществлен на базе самого большого молла шопинга и развлечений в России – VEGAS. Продюсером и исполнителем главной роли стал Сергей Светлаков, в съемках также приняли участие Иван Ургант, Никита Джигурда и многие другие. Все сюжеты скетчей и шуток строятся вокруг бурной жизни огромного торгового комплекса – его самых разных сотрудников, колоритных постоянных покупателей, гостей столицы, периодически попадающих в грандиозный shop. Скетчком выходит с 15 февраля каждую пятницу в 22:00.



Заместитель министра транспорта РФ Валерий Окулов выступил на открытии 5-й международной специализированной выставки «Рос-АвиаЭкспо» в «Крокус Экспо». Он отметил, что прирост по отрасли гражданской авиации за 2012 г. составил 17%, что является лучшим показателем в мире. Заместитель руководителя Федерального агентства воздушного транспорта (Росавиация) Константин Махов добавил, что показатели перевозки гражданской авиации прошлого года даже превысили аналогичные данные, зафиксированные в СССР. Выставка в МВЦ «Крокус Экспо» была приурочена к 90-летию основания гражданской авиации России: 9 февраля 1923 г. Совет труда и обороны (СТО) СССР принял постановление об организации Совета по гражданской авиации при Главвоздухфлоте.

Власти Москвы могут сэкономить порядка 40 млрд руб., согласившись со строительством девяти объектов дорожной инфраструктуры за счет инвесторов, заявил заммэра столицы по градостроительной политике и строительству Марат Хуснуллин. По его словам, «речь идет об объектах, на которые у города пока не хватает денег и которые мы воспринимаем как объекты второй очереди, но которые при этом готовы строить инвесторы». В качестве одного из примеров он назвал компанию «Крокус Групп», которая рассматривает возможность строительства транспортной инфраструктуры для двух своих проектов на МКАД. Заммэра уточнил, что деньги могут привлекаться на строительство дорожной инфраструктуры двумя способами: либо компании получают право строить самостоятельно по утвержденной городом проектной документации, либо смогут передать деньги в дорожный фонд.

МАЛЕНЬКИЕ РАДОСТИ

С 11 по 14 апреля 2013 г. «Крокус Экспо» станет настоящим «электронным раем» для всех тех, кто следит за новинками цифрового мира и равнодушен к многочисленным гаджетам и дивайсам, ворвавшимся в нашу жизнь. Здесь состоится международная выставка потребительской электроники Consumer Electronics Show and Photo Expo–2013, которую устраивает компания «Мидэкспо».

Для удобства посетителей выставка будет разделена на тематические экспозиции: «Аудио-Видео» и Hi-Fi & Hi-End Show, Mobile & Digital и iZone, Car Media, «Бытовая техника» и шоу «Телекухня», «Фотофорум» и ShowPrint.

В структуре российского рынка бытовой техники и электроники основная доля товарооборота приходится сейчас на цифровую электронику. Раздел Mobile & Digital будет посвящен ультрасовременным мобильным и компьютерным устройствам и развлечениям, начиная от ноутбуков и планшетов, сетевых накопителей и медиа-центров и заканчивая огромным выбором периферии. Обязательно будут представлены мобильные устройства, портативная электроника и аксессуары, включая популярные сегодня смартфоны, электронные книги, навигаторы, персональные аудиовидеоплееры, а также игровые приставки, беспроводные устройства и многое другое. Вновь на выставке будет работать раздел iZone, успешная премьера которого состоялась в 2012 г. iZone посвящен аксессуарам и приложениям для продуктов Apple.

Потребительская электроника, второй по объему продаж сегмент этого рынка, будет представлена в разделе «Аудио-Видео». Основное место в структуре продаж этого направления занимают в России телевизоры. На первый взгляд это странно, ведь по мере снижения качества отечественно-

го телевизионного контента публика постепенно переключается на Интернет. Однако многое становится понятным, если посмотреть, что представляют из себя телевизионные приемники нового поколения. Большинство из них перестают быть лишь устройствами для просмотра телепередач и видеофильмов. Важное направление для производителей – это SmartTV, т.е. промежуточное звено между компьютером и телевизором. Пользователь

В этом году откроется новый раздел выставки – Car Media. Здесь покажут широкий спектр современных устройств для автомобилей.

получает возможность искать нужный контент в Интернете и отображать его на экране телевизора. В этом разделе экспозиции также можно будет увидеть Hi-Fi и домашние кинотеатры, 3D, мультимедиа-системы развлекательный и т.д.

Hi-Fi & Hi-End Show вот уже 17 лет представляет лучшие мировые и отечественные акустические системы, элитные домашние кинотеатры и многое другое. В этом году все это собрано на уникальной площадке, позволяющей максимально полно раскрыть удивительную глубину звука или красоту чистого изображения. В





ЖИЗНИ

прошлом году запоминающимся дополнением к выставке стала экспозиция редкой портативной техники для воспроизведения аудиокассет 60–80-х гг. прошлого века. Она вызвала ностальгию по ушедшему XX веку и массу приятных воспоминаний. В этом году организаторы также обещают интересные сюрпризы.

Планируется серия семинаров по компоновке и настройке аудиосистем на различных источниках – от винила до компьютера.

Для особо взыскательной публики свои двери вновь распахнет VIP Салон – уютная lounge-зона, где гости могут насладиться звучанием эксклюзивных акустических систем стоимостью от 100 тыс. евро. В VIP Салон пустят не всех – нужны особые приглашительные билеты.

Цифровые фотоаппараты, по оценке специалистов, сейчас имеют 30% российских семей. В Москве этот показатель превышает 60%. При этом наблюдается тенденция к снижению продаж простеньких дешевых «мыльниц» и растущий интерес к фототехнике премиального сегмента, по этому показателю Россия постепенно приближается к европейским странам. Логично поэтому, что на «Фотофоруме» будут представлены новейшие достижения в области любительского и профессионального фото, любительского видео, 3D-технологии в фото, осветительное, студийное оборудование. Важными со-

ставляющими экспозиции станут домашняя и широкоформатная фотопечать, струйная печать, варианты оформления фотографий, багет. Ожидаются и традиционные мастер-классы. В этом году они перерастут в настоящий Фото-Видео Форум, который рассчитан как на профессиональных фотографов и фотографов-любителей, так и на видеографов.

Экспозиция Show Print представит оборудование и решения для домашней и широкоформатной фотопечати, лазерной и цифровой печати, оперативной полиграфии. Не менее важной темой для посетителей станут фотокниги и печать по требованию. Для профи экспоненты предложат оптимальные решения для рекламно-издательского дела, а также программные решения для совершенствования процесса печати.

Раздел «Бытовая техника» такой крупный, что с 2012 г. под него стали выделять целый зал. Посетители не только смогут увидеть крупную и малую бытовую технику, но и принять участие в мастер-классах вместе с популярными телеведущими кулинарных программ, звездами шоу-бизнеса и шеф-поварами известных московских ресторанов. В рамках экспозиции будет работать Кулинарная студия компании Electrolux «Высокая кухня в твоём доме».

Ирина КОНДРАШОВА

Традиционно выставку украшает фотогалерея «Музыка в кадре» от культовых мировых фотографов, запечатлевших знаменитых музыкантов, артистов, концерты, оркестры.



Доля «умных» телевизоров – SmartTV в общих продажах телевизоров быстро увеличивается. Каждый 10-й проданный в прошлом году в России телевизор позволял работать с веб-браузером, каждый 20-й предоставлял возможность получать видео по запросу, каждый 50-й – использовать скайп.



ВСЯ ЭЛЕКТРОННАЯ РАТЬ

Компания «Мидэкспо» организует в Москве технологические выставки, о чем говорит их слоган: «„Мидэкспо” – выставки высоких технологий». Об одном из проектов компании – выставке Consumer Electronics Show & Photo Expo рассказывает заместитель генерального директора компании «Мидэкспо» Оксана СУХОВА.



ИМЭ **Выставка Consumer Electronics Show & Photo Expo объединила несколько ваших известных проектов: «Фотофорум», HDI SHOW, Mobile & Digital Show и Hi-Fi Show. Почему вы приняли такое решение?**

– Существует рынок потребительской электроники, охватывающий аудио-, видео-, фото-, компьютерную, мобильную, бытовую технику. Выставки по этой тематике мы организуем уже давно, к примеру выставке Hi-Fi & Hi-End Show – 18 лет, «Фотофоруму» – 11 лет и т.д. В какой-то момент мы просто решили объединить эти проекты, чтобы показать посетителям весь спектр потребительской электроники одновременно. Ведь люди постоянно соприкасаются с ней и активно пользуются в повседневной жизни. Выставка Consumer Electronics Show & Photo Expo – это уникальная возможность за 4 дня на одной площадке познакомиться со всеми мировыми новинками, которые появились за год, и даже увидеть промообразцы будущих моделей, которые еще не поступили в массовое производство. А всемирная слава брендов, принимающих участие в выставке, говорит сама за себя.

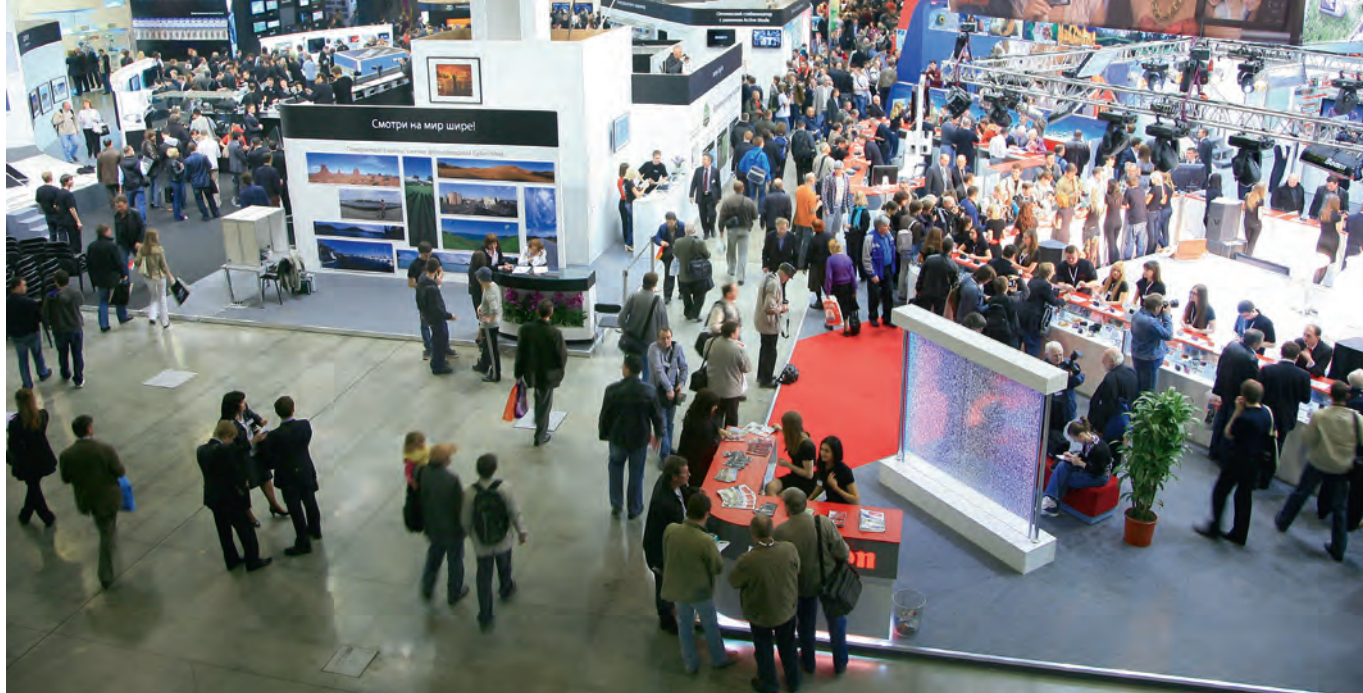
Кроме того, практика демонстрации полного спектра потребительской электроники успешно зарекомендовала себя на выставках в Америке, Азии и Европе. Это выставки CES (Consumer Electronics Show) в Америке, KES (Korea Electronics Show) в Южной Корее, IFA (Internationale Funkausstellung) в Берлине и т.д. Поэтому в данном случае можно сказать, что Россия присоединилась к авторитетным товарищам по цеху.

ИМЭ **Как вы привлекаете на выставку экспонентов и посетителей? Каковы ваши преимущества?**

– Прежде всего, мы организуем широкомасштабную рекламную кампанию. Профессионалам интересна наша деловая программа, которая всегда включает выступления авторитетных экспертов отрасли и представителей ключевых компаний, «делающих погоду» на рынке потребительской электроники. Их докладов и прогнозов с нетерпением ждут бизнесмены и специалисты. А для широкого круга потребителей ежегодно готовится обширная развлекательная программа. Она включает мастер-классы от мэтров мировой фотографии, вернисажи лучших работ известных художников, концерты джазовой музыки, познавательные викторины, разнообразные интерактивные проекты и многое другое. Кроме того, участники выставки ежегодно на своих стендах устраивают настоящий праздник с музыкальной программой, показом мод и вручением ценных призов и подарков. Но самое главное, что привлекает на выставку абсолютно всех, – это интерес к технологическим новинкам, возможность из первых рук узнать о последних тенденциях рынка потребительской электроники.

ИМЭ **Как изменился состав экспонентов за последние два года?**

– Более активными стали иностранные участники. Это может быть связано как с желанием этих компаний выйти на перспективный российский



рынок, так и с улучшением экономической ситуации после финансового кризиса. Сказать, что их стало больше, чем российских, – нельзя, так как выставка проходит на территории России и отражает ситуацию на отечественном рынке, соответственно количество российских участников всегда будет преобладать.

БВ Как выглядит ваша выставка на фоне зарубежных аналогов? Что дает вам сотрудничество с профильными отраслевыми организациями и государственными органами, например РАТЭК, МТПП и Правительством Москвы?

– С некоторыми зарубежными выставками мы налаживаем сотрудничество, обмениваемся опытом, приглашаем спикеров на наши конференции, организуем совместные мероприятия. Стараемся учиться у наших старших зарубежных партнеров. У них колоссальный опыт, да и по времени проведения многие зарубежные выставки превосходят наш проект в несколько раз. Но мы молоды, мобильны, способны к восприятию всего нового и оригинального, часто экспериментируем, а главное – наш замечательный коллектив полон энтузиазма и идей. Поэтому мы уверены, что проект будет динамично развиваться и займет достойное место на мировом рынке.

Профильные отраслевые организации и государственные органы, с которыми мы сотрудничаем, оказывают нашему проекту официальную государственную поддержку, помогают с рекламой, информируют участников рынка потребительской электроники о наших выставочных предложениях, приглашают руководство нашей компании к обсуждению вопросов, касающихся развития отрасли и законодательных инициатив. С ассоциацией РАТЭК нас связывают долговременные и теплые отношения. Мы глубоко уважаем высокий профессионализм представителей этой организации и активную позицию РАТЭК в отстаивании интересов всех участников рынка потребительской электроники в органах государственной и законодательной власти.

БВ Будут ли выставки консолидироваться или, наоборот, еще больше дробиться по темам и специализациям?

– Мы считаем, что преобладающей будет тенденция к консолидации. В нашем динамично развивающемся и требовательном мире сложно оставаться без поддержки партнеров. Кроме того, конвергенция технологий самым естественным образом способствует этому.

БВ Каковы ваши планы на будущее?

– Планы, безусловно, есть. Но раскрывать их мы пока не будем. Лучше показать уже достойный готовый проект, чем долго говорить о своих планах.

Беседовала Елена КРЕМЕНЕЦКАЯ



УДОБСТВО

Бытовая техника и электроника в последние десятилетия преобразили наш быт и образ жизни. Они облегчили работу по дому, расширили возможности получения новой информации и общения друг с другом. Одновременно они стали не только удобством, но и символом престижа.

Покупатель, приобретая ту или иную вещь, обращает внимание как на потребительские свойства прибора, так и на имя фирмы-изготовителя. Все более энергичное внедрение инноваций ведет к сокращению сроков эксплуатации морально устаревшей техники и ее быстрой замене. Особенно заметно это в области потребительской электроники, где отмечается ускоренный рост продаж высокотехнологичных товаров.

Рынок бытовой техники и электроники (БТЭ) стал в России одним из самых быстрорастущих секторов торговли. Среднегодовой темп его роста в 2005–2012 гг. составлял более 18%, а продажи достигли в 2012 г. 1,4 трлн руб., что сопоставимо с размерами рынка продовольствия и автомобилей.

Вместе с тем пределы расширения рынка БТЭ далеко не достигнуты. Сегодня объем среднедушевого потребления этих приборов и устройств в России существенно отстает от аналогичного показателя в большинстве развитых стран, в которых он в 3–5 раз выше. Можно предположить, что рост продаж БТЭ в России продолжится, а его темп будет зависеть в значительной степени от увеличения реальных доходов населения и от распространения потребительского кредитования.

Приборы и устройства на рынке БТЭ все более усложняются, а потому важным фактором расширения продаж становится качественный сервис. Доля этого вида услуг постоянно растет. Повышается роль сервисных подразделений в крупных торговых компаниях, работающих на рынке БТЭ. В этом отношении они имеют преимущество в сравнении со средними и мелкими ритейлерами.

Еще одной особенностью рынка БТЭ является рост значения финансовых услуг. В последние годы существенно расширились продажи товаров в кредит, все больший доход получают ритейлеры от операций с процентами по различным платежам, в виде комиссии по предоставленным услугам, в рамках погашения кредитов. Особенно это характерно для бизнеса, связанного с мобильными устройствами, ориентированно-го на развитие удобных для покупателя видов сервиса.

Существенное влияние на динамику продаж БТЭ оказывает ценовая политика основных ритейлеров. В настоящее время на российском рынке БТЭ работают всего четыре крупных торговых компании («М.Видео», «Эльдорадо», «Техносила» и «Медиа Маркт»), которые имеют прямые контракты с производителями техники, что позволяет продавцам устанавливать минимальные цены. На их долю приходится около 60% всех продаж. Все остальные ритейлеры работают через дистрибьюторов, что вынуждает их устанавливать более высокие цены.

ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ

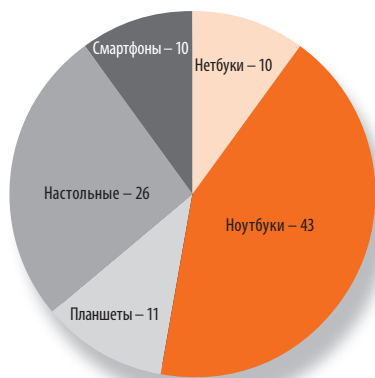
В последние несколько лет наиболее высокий рост продаж наблюдается в сегменте высокотехнологичных товаров: ноутбуков и мониторов, цифровых камер и фотоаппаратов, а также смартфонов. Но значительно-нее всего в 2012 г. подскочили продажи планшетов, электронных книг и видеореги-страторов. По мнению экспертов, в ближайшие годы данная тенденция сохранится. Это повысит долю высокотехнологичных това-



И ПРЕСТИЖ

Продажи техники в 2012 г. (%)

Компьютеры



Крупная бытовая техника



Источник: компания GfK TEMAX.

ров в общих продажах и определит рост средней цены за устройство на рынке электронных товаров в целом.

В структуре рынка БТЭ на электронику приходится около 75% продаж. Остальное занимает бытовая техника. Этот сегмент также имеет свои особенности.

Бытовая техника занимает второе место в рейтинге товаров народного потребления после продуктов питания. Российский рынок крупной бытовой техники с объемом продаж в 2,6 млрд евро и темпами роста более 10% является одним из наиболее активно развивающихся в Европе. Свыше половины этого рынка приходится на холодильники и стиральные машины.

Столь высокие показатели связаны с присутствием на рынке известных зарубежных брендов, занимающихся не только реализацией своей продукции, но и производством товаров на территории России. Среди них в первую очередь можно назвать компании Indesit, Bosch, BEKO и LG.

Новейшей тенденцией стал быстрый рост продаж встраиваемой техники (посудомоечные машины, варочные плиты, духовки и пр.). В настоящее время ее доля на рынке крупногабаритной техники составляет около 10%. С учетом тенденций на европейском рынке ежегодный рост продаж в России в этом сегменте прогнозируется на уровне 30%.

В сегменте малой бытовой техники самыми ходовыми товарами являются пылесосы и кухонная техника. В последние два года существенно выросли также продажи кофе-машин, спрос на которые, по оценкам маркетологов, формируют жители мегаполисов с достатком выше среднего.

Аналитики предсказывают дальнейший активный рост рынка БТЭ в России, что связано как с нерезализованным спросом, так и с постоянным техническим развитием предлагаемых устройств и расширением ассортимента.

Борис ПАВЛОВ

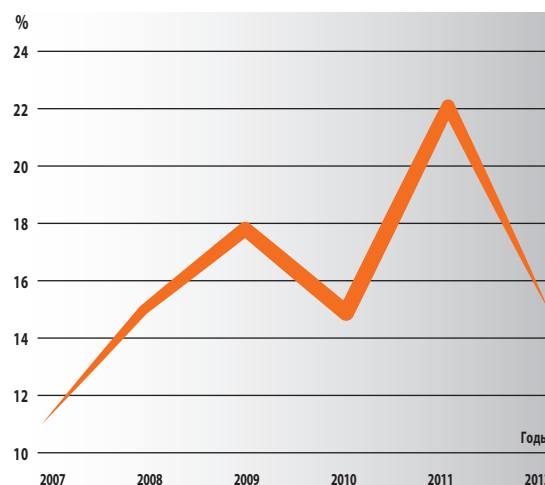
Продажи бытовой техники и потребительской электроники в 2012 г. (%)

	Структура продаж	Темп роста*
Всего	100	14,9
Потребительская электроника	20	10,8
Фототехника	5	19,6
Бытовая техника	26	11,0
Компьютеры и планшеты	26	10,5
Телефоны	19	11,5
Офисная техника	4	3,6

*По сравнению с 2011 г.

Источник: компания GfK TEMAX.

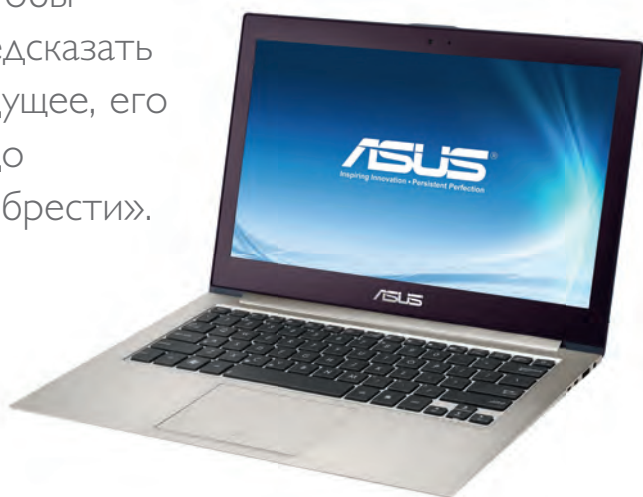
Темп роста продаж бытовой техники и потребительской электроники в России



Источник: INFOLine & Retailer.

ОПЕРЕЖАЯ ПОТРЕБНОСТИ

Великий предприниматель Генри Форд сказал: «Если бы людей спросили, каким они видят более удобное средство передвижения, они бы ответили, что это более быстрая и выносливая лошадь». Он имел в виду, что человеку, много столетий ездившему на лошади, трудно было себе представить в качестве самодвижущегося транспорта что-либо другое. Другой выдающийся ум нашего времени, Стив Джобс, говорил: «Чтобы предсказать будущее, его надо изобрести».



Инженерная мысль и воображение изобретателей видят дальше и простираются глубже во времени, чем у обычных людей. Они способны опережать потребности простого человека и предлагать принципиально новые идеи для решения, казалось бы, привычных задач.

Так, появление Модели-T в начале XX века было сюрпризом для массового потребителя: никто не рассматривал автомобиль как нечто желаемое и способное улучшить жизнь, пока люди не увидели и не попробовали его сами.

Другой большой неожиданностью стал Xerox – копировальная машина, существенно упростившая делопроизводство. Новая технология позволила создать продукт для не существовавшей на тот момент на рынке потребности. И опять это стало приятным сюрпризом для массового потребителя и маркетологов.

Великие идеи и принципиально новые продукты, изменяющие нашу жизнь, рождаются нечасто. Поэтому на практике создатель нового товара, как правило, совершив прорыв, далее работает в направлении улучшения и развития реализованной идеи.

Но в наше время одной компании удалось не просто создать целую линейку новых изделий, но и построить свой бизнес на том, чтобы разрабатывать продукты для не существующих пока потребностей и формировать новые рынки, которых до того не было и которые не фи-

Каждая крупная компания имеет что-то в рукаве, и каждый новый продукт становится сюрпризом для потребителей, которые до того и представить себе не могли, что они захотят пользоваться таким устройством.

В 2012 г. на статус массового компьютера стал претендовать сверхтонкий и легкий ноутбук нового поколения – «ультрабук». Это устройство весом меньше 1,5 кг и толщиной не более двух, а то и в полтора сантиметра, неуклонно совершенствуется и дешевеет. Наибольшие конкурентные преимущества в производстве подобных компьютеров имеет компания Apple с ее огромными объемами выпуска. На выставке CES-2013 в Лас-Вегасе производители представили порядка 50 новых моделей «ультрабуков», что свидетельствует об острой конкуренции в этом секторе.



Успешные продукты компании Apple каждый раз создавали новый рынок – будь то Macintosh, iPod, iPhone или iPad.



Бурный ажиотаж среди потребителей вызвал в 2012 г. iPhone пятого поколения. За первые сутки после старта более 2 млн человек выразили желание обладать новым смартфоном. Однако вскоре владельцы новых гаджетов столкнулись с неприятным сюрпризом: как оказалось, операционная система iOS работала не совсем корректно, в связи с чем представителям Apple пришлось принести свои извинения и пообещать доработать мобильную платформу. Новый «яблочный» смартфон, известный как iPhone 5S, ожидается в середине 2013 г.

гурировали в маркетинговых исследованиях потребительских предпочтений.

Разумеется, читатель уже догадался, что речь идет о компании Apple, успешные продукты которой каждый раз создавали новый рынок – будь то Macintosh, iPod, iPhone или iPad.

Что же позволило Apple преуспеть там, где ни один другой игрок не смог продемонстрировать устойчиво успешный результат? Для многих ответом на этот вопрос будет имя: «Стив Джобс» – легендарная персона, вписавшая себя в историю индустрии высоких технологий.

Это так, но только отчасти. Не менее важно и то, что успех продуктов Apple в значительной степени обязан стоящим за ними технологиям, разработанным другими компаниями. Развитие технологий сделало возможным появление каждого из продуктов Apple, оно определило время их появления и последовательность, а гений Стива Джобса применил технологии для создания новых изделий.

Так, например, iPad появился как идея гораздо ранее iPhone, но не мог быть реализован до появления дисплея, сделавшего его удобным для управления пальцем, и процессора, придавшего ему компактность.

Борьба за потребителя нарастает, а новые продукты появляются каждые несколько месяцев. Производители не могут больше позволить себе тратить время на длительные маркетинговые исследования: любая задержка чревата серьезными последствиями для бизнеса. Слово «инновация» стало одним из самых популярных в бизнесе и политике.



Выход осенью 2012 г. операционной системы Windows 8 позволил производителям наладить выпуск компьютеров-гибридов – ноутбуков с клавиатурой и сенсорным экраном, парой легких движений превращающихся в планшеты. Гибриды позиционируются как аппараты, которые можно использовать дома или в дороге в качестве планшетов, например для просмотра кино или для «сенсорных» игр, а на работе – как полноценные ноутбуки. Планшеты под управлением Android, превращающиеся в ноутбуки путем подключения дополнительного модуля-клавиатуры, предлагала компания Asus и до 2012 г. Но именно Windows 8 позволила использовать одновременно два интерфейса – планшетный и «обычный» рабочий стол Windows.

Компания Sharp выпустила новый 90-дюймовый LED телевизор Aquos. Новинка имеет высоту 120 см при толщине в 12,7 см. Вес устройства составляет 63,5 кг. Телевизор имеет высокое качество изображения на дисплее Full HD с разрешением 1920x1080 точек и отличается энергоэффективностью, потребляя всего 75 Вт. Для просмотра фильмов в формате 3D в комплекте с телевизором поставляется пара очков. Заявленная стоимость технологического шедевра – 11 тыс. долл.





Компания Nintendo предложила в 2012 г. новую модель игровой приставки Wii U, имеющую значительно больший набор функций по сравнению с предыдущей. Впервые эта модель была анонсирована на выставке E3 в Лос-Анджелесе в 2011 г. Она является консолью нового типа, состоящей не только из основного блока и игрового контроллера, но и третьей «части» – модуля с 6,2-дюймовым сенсорным дисплеем. На нем можно просто дублировать игровой процесс либо выводить сопутствующую игре информацию или дополнительную картинку. С помощью нового «пульта управления» можно продолжать игру, даже если выключить телевизор, к которому подключена приставка.

На практике сложилась ситуация, когда технология стала управлять созданием продуктов. Утверждение «всё, что может быть сделано, будет сделано» в применении к высокотехнологичным индустриям означает, что любое технологическое достижение сразу идет в конкретную разработку и проходит проверку на успешность на практике – то есть на потребителей.

Так, технология Leap Motion позволяет создать «бесконтактный интерфейс будущего» для любого компьютера, Samsung разрабатывает и выпускает Galaxy Camera – уже не «умный» телефон с камерой, а «умную» камеру-компьютер. Google создает Google Glasses – очки, способные сделать любого из нас немного терминатором. Microsoft Surface предлагает первый жизнеспособный гибрид планшета и ноутбука. Pebble Watch – гибрид часов и компьютера, позволяющий к тому же управлять смартфоном. Для всех этих устройств проверочной площадкой стали крупнейшие выставки электронно-бытовой техники.

В настоящее время каждая крупная компания на рынке имеет что-то в рукаве, и каждый новый продукт становится сюрпризом для потребителей, которые до того и представить себе не могли, что они захотят пользоваться таким устройством.

Разумеется, не любой технический эксперимент заканчивается коммерческим успехом, и неудачных примеров всегда будет больше, чем удачных. Но технологии идут вперед всё быстрее, и компании будут всё чаще создавать и выводить на рынок продукты, рожденные технологическими достижениями в надежде выиграть сердца потребителей и рынков.

А потребителям, похоже, придется перестать удивляться и жить в потоке постоянно изменяющихся предметов и устройств, которыми они только-только научились пользоваться.

Андрей ВЕРБИЦКИЙ

МЕДАФАРМ
STUDIO



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

САЙТЫ ОТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СТУДИИ ДИЗАЙНА И РЕКЛАМЫ

- Создание
- Обслуживание
- Продвижение
- Контекстная реклама



Все разнообразие рекламы в Интернете к Вашим услугам:

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

Нам доверились уже более 300 клиентов!

В числе дополнительных услуг:

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

Звоните сейчас и начните зарабатывать с MEDAFARM STUDIO



- 1 Широкий ассортимент строительных материалов и инструментов
- 2 Техника для активного отдыха
- 3 Мебель и освещение

Контактная информация

Телефон:
8 (495) 941-91-45
8 (495) 941-91-44

Адрес:
Московская область
Красногорский район
Новорижское шоссе 10 км
от МКАД

WEB-сайт:
<http://baltiya-tk.ru>

Email:
ptk_baltia@mail.ru

**ТОРГОВЫЙ
БАЛТИЯ
КОМПЛЕКС**




Группа Компаний
Grand Gusto Group



Sucree
Банкейт

**БАНКЕТЫ, ФУРШЕТЫ, КОФЕ БРЕЙКИ
ДОСТАВКА НА СТЕНД**

 8 925 544 70 45
8 925 508 60 06

www.gg-g.ru

РЕСТОРАНЫ КРОКУС СИТИ МОЛЛ



Блюм

кавказская кухня
+7 (495) 727-17-11

Sucree

кондитерский дом
+7 (495) 727-25-40

Casa Mia

итальянская кухня
+7 (495) 727-17-10

Asia

паназиатская кухня
+7 (495) 727-17-12

**ТРАКТИРЪ
ПОЖАРСКАГО**

русская кухня
+7 (495) 727-17-14

ИГРУШКИ ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ

Происходящее сейчас на рынке массовых электронных устройств можно сравнить только с борьбой видов за выживание. Суперпопулярные еще вчера электронные штучки сегодня пылятся в дальних ящиках стола, а их место, расталкивая друг друга локтями, занимают всё новые и новые дивайсы, призванные разнообразить нашу жизнь.

Е-КНИГИ ДЛЯ Е-ЧИТАТЕЛЕЙ

Книжные выставки в России всегда пользуются огромной популярностью. С каждой из них не только Пушкина и Гоголя, но и других авторов образованный читатель тащил мешками. На прошедшей в конце 2012 г. традиционной ярмарке интеллектуальной литературы NonFiction обращало на себя внимание малое количество людей с обычными увесистыми баулами, набитыми купленными только что книгами. Их место заняли посетители с блокнотами, записывавшие имена авторов и названия заинтересовавших их книг. Стало очевидно, что Россия, как и многие страны Запада, переходит от бумажной книги к электронному чтению.

Феномен последнего времени – бурный рост использования

электронных книг (е-книг). Причем основные их потребители – вовсе не подрастающее поколение, не умеющее ничего делать без нажатия кнопки, а вполне взрослые люди, выросшие и научившиеся читать задолго до возникновения цифровых технологий.

Эти данные содержатся в ежегодном исследовании «Понять цифрового потребителя», которое подготовила британская компания Bowker. Она выяснила, что за год количество взрослых британцев, которые хотя бы раз купили электронную книгу, выросло в три раза. В том же размере увеличился и общий объем закупок е-книг в Великобритании. Аналогичные тенденции наблюдаются и в других странах. В Италии, например, со следующего учебного года



Электронный ридер Kindle является самым популярным средством для чтения в Великобритании. Этот вывод содержится в ежегодном исследовании «Понять цифрового потребителя». Согласно данным опроса 4 тысяч британцев в возрасте от 16 до 84 лет, Kindle используют 40% е-читателей. Выросла и рыночная доля планшетов и таблеток – с их помощью теперь читают 12% британцев. Дети до 10 лет предпочитают читать на своих ноутбуках. Однако уже с 11 лет они переходят на Kindle.



е-книги в школах будут приравнены к традиционным учебникам.

Фактор успеха е-книг – появление на рынке специальных устройств, ридеров, делающих е-чтение максимально удобным и комфортным. Причину феномена надо искать и в преодолении некоего психологического барьера. Взрослому человеку, привыкшему к традиционной бумажной книге с ее шорохом страниц и особым культурным контекстом, сопровождающим само понятие «чтение», непросто перестроиться на восприятие электронного текста. Однако, однажды преодолев первоначальное «не хочу» и взяв в руки ридер, человек понимает, насколько это удобно. Ридер не занимает места (в отпуск можно взять хоть целую библиотеку), на нем можно установить

Компания Cisco приняла решение о закрытии подразделения по производству фотокамер Flip. Оно обусловлено реструктуризацией внутри корпорации и стремлением выйти из потребительского сектора.

комфортный для себя шрифт, с е-книг легко делать копии, они не портятся и не изнашиваются.

Другими словами, люди не стали меньше читать, они стали читать по-другому.

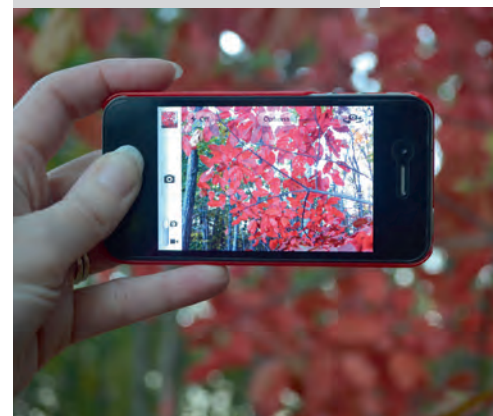
Единственными проигравшими в этой ситуации могут стать книжные магазины. Бывший глава крупнейшей книготорговой сети Border UK Филипп Доунер, выступая на Всемирном конгрессе электронного чтения, высказал мнение, что книготорговцы теперь должны конкурировать не столько друг с другом, сколько совместно противостоять нескольким самым могущественным корпорациям мира, таким как Amazon и Apple. Ведь бороться с ними приходится не только за деньги покупателя, но и за его время. Это и понятно: за электронной книгой не надо идти в магазин, их можно покупать или скачивать мгновенно, не выходя из дома. Их не надо искать – они всегда в наличии в интернет-магазинах.

Вместе с тем набирает силу и другая тенденция – потребитель от устройств, предназначенных исключительно для чтения, переходит к более универсальным.

Так, по данным газеты «Ведомости», ссылающейся на отчет IHS iSuppli, в 2012 г. в мире продано почти 15 млн ридеров, или на 36% меньше, чем годом ранее. До настоящего времени спрос на

В 2012 г. в мире продано почти 15 млн ридеров, или на 36% меньше, чем годом раньше.

На начало 2012 г. почти половина (49,7%) абонентов сотовой связи США являлись владельцами смартфонов – такие данные получены аналитиками компании Nielsen. Годом раньше их было только 36%. На рынке смартфонов США лидирует Android – в пользу этих дивайсов сделали выбор 48% потребителей, 32% предпочли iPhone и 11,6% остановились на Blackberry.





В США из-за высокой популярности смартфонов стал падать спрос на фото- и видеокамеры. В 2011 г. «мыльниц» было продано на 17% меньше, чем в 2010 г.

них увеличивался лавинообразно: в 2008 г. во всем мире было продано 1 млн ридеров, в 2010 г. – 10 млн, в 2011 г. – 23 млн устройств, что явилось наивысшим показателем. Как прогнозирует IHS iSuppli, в предстоящие годы спрос на ридеры будет падать. Пользователи меняют их на более функциональные планшеты. IHS iSuppli предварительно оценивало продажи планшетов в мире в 120 млн шт., а к 2016 г. их будет продано 320 млн шт.

В странах Восточной Европы, в том числе в России, продажи ридеров по-прежнему высоки, что, по-видимому, можно объяснить более поздним началом бума ридеров. По предварительной оценке Smartmarketing, в 2012 г. российский рынок ридеров вырос на 35–50% (количество продаж – 1,9–2,1 млн). Некоторые эксперты считают эту оценку заниженной, полагая, что окончательные цифры будут выше.

Специалисты отмечают, что классические монохромные ридеры на основе технологии электронных чернил не конкурируют на рынке с планшетниками, т. к. они используются с разными целями. Ридеры используют только и исключительно для чтения,

а планшетники в основном для веб-браузинга, просмотра видео, игр. К тому же ридеры на основе электронных чернил ежегодно дешевеют примерно на 30%.

СНИМИТЕ ЭТО НЕМЕДЛЕННО!

Самый популярный интернет-сервис для загрузки личных фотографий Flickr утверждает, что его пользователи ежемесячно закачивают туда 130 млн фотографий. Несмотря на все возможности компьютерной графики, желание самолично запечатлеть прекрасное мгновение никуда не делось. Напротив, с развитием технологий реализовать его стало невероятно просто. Теперь для этого даже не нужен фотоаппарат. Как свидетельствуют данные того же Flickr, смартфоны Apple iPhone4 становятся популярнее обычной фотокамеры. Всего через год после релиза смартфона Apple iPhone4 он возглавил список самых популярных фотоаппаратов, оттеснив бессменного лидера предыдущих лет – «зеркалку» Nikon D90. Еще большую конкуренцию фотоаппаратам может составить iPhone5 с 8-мегапиксельной камерой.

Учитывая все более широкое распространение недорогих

смартфонов (совсем недавно даже Apple заговорил о выходе на массовый рынок), можно предположить, что дни любительских фотоаппаратов, особенно «мыльниц», сочтены. Любой мобильный телефон, не говоря уже о смартфонах, дает снимки не худшего качества. А установленные на них приложения позволяют напрямую загружать фотографии в столь популярные сейчас социальные сети.

По результатам исследования NPD Group, в США из-за высокой популярности смартфонов стал падать спрос на фото- и видеокамеры. В 2011 г. «мыльниц» было продано на 17% меньше, чем в 2010 г. Упали также и продажи обычных видеокамер. Большая часть американцев предпочитает использовать смартфоны, чтобы что-то сфотографировать, нежели носить с собой фотокамеры. Они объясняют свой выбор тем, что фотоаппараты, хоть и небольшие, используются только для фотографирования, а в остальное время бесполезны. Те же аргументы, по-видимому, заставляют покупателей отказываться и от аудиоплееров, которые сейчас внедрены в телефоны.

Самый популярный интернет-сервис для загрузки личных фотографий Flickr утверждает, что его пользователи ежемесячно закачивают туда 130 млн фотографий.

Ирина МУРАВЬЕВА



Samsung с моделью смартфона Galaxy S III энергично расширяет свое присутствие на рынке. За первые пять месяцев после релиза его продажи превысили 30 млн единиц. Всего в 2012 г. было продано более 40 млн аппаратов. В первой половине 2013 г. ожидается выход новинки Galaxy S IV с высококачественным 5-дюймовым дисплеем, с разрешением Full HD (1920x1080) и суперпрочным экраном. Samsung также оборудует свой аппарат 4-ядерным процессором и 13-мегапиксельной камерой.



www.SOKOLNIKI.com

Конгрессно-выставочный центр

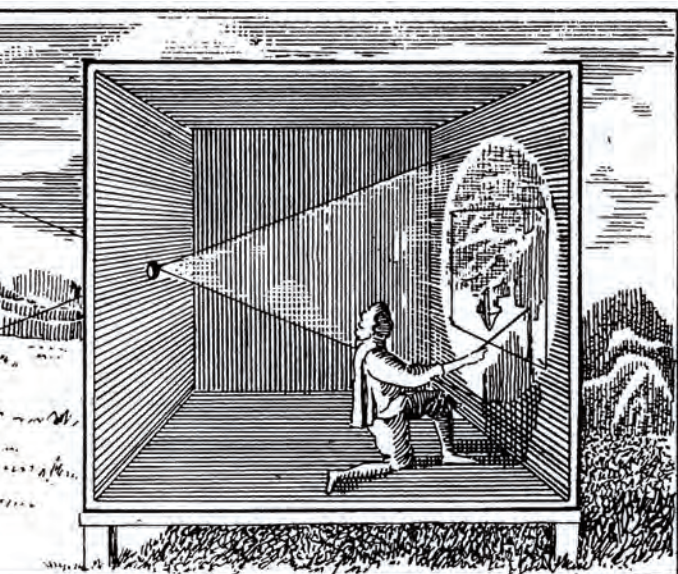
УЛЫБНИТЕСЬ, ВАС СНИМАЮТ!

Еще никто не пытался подсчитать, сколько ежесекундно в мире делается фотографий. Возможно, тысячи или десятки тысяч. А может быть, благодаря появлению «цифры», даже миллионы. Ведь сегодня цифровой фотоаппарат во всех его видах и формах стал столь же часто используемым инструментом, как шариковая ручка.

Трудно сказать, что в большей степени способствовало широкому и быстрому распространению цифровых фотокамер: то ли извечное стремление человека остановить убегающее мгновение, то ли простота применения «цифры». Ведь она не требует от владельца ни технических знаний, ни профессиональных навыков. На создание этой простой в использовании, но фантастически сложной техники ушло немало времени.

Специалисты отсчитывают начало «эры» цифровых фотоаппаратов с 1995 г., когда в продажу поступили первые цифровые камеры для массового потребителя. Они начали постепенно, но неуклонно вытеснять пленочные. Наступление велось массивно, по целому ряду направлений. Прежде всего, шло совершенствование матрицы, что вело к улучшению качества снимков, удешевлению и уменьшению аппаратов.

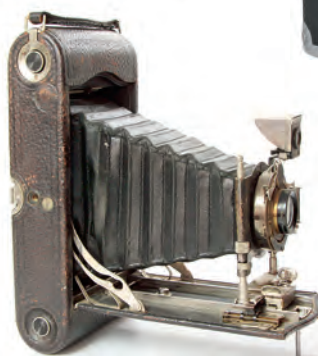
Одновременно решалась вторая проблема – корректной цветопередачи. Подходы для этого применялись разные – путем настройки матрицы и процессора камеры и использования дополнительных сенсоров. Серьезным достижением стало появление в любительском аппарате системы оптической стабилизации изображения, которая ликвидировала последствия дрожания рук, так называемую «шевелёнку». У любительских камер появилась и такая функция, как возможность автоматической съемки нескольких последовательных кадров с разной экспозицией (автобрекетинг), применявшийся ранее лишь в профессиональных аппаратах.



КАМЕРА-ОБСКУРА

Прародитель всех современных фотоаппаратов представляет собой светонепроницаемый ящик с отверстием в одной из стенок и экраном на противоположной стенке. Лучи света, проходя сквозь отверстие, создают перевернутое изображение на экране. Упоминания о камере-обскуре встречаются ещё в IV веке до н. э. (последователи китайского философа Мо Ди описали возникновение перевернутого изображения на стене затемнённой комнаты), а также у Аристотеля. Принцип действия камеры-обскуры впервые объяснил арабский физик и математик X в. Альхазен. Он сделал вывод, что общепринятая в те годы теория распространения света, согласно которой лучи света исходят из глаз и как бы «ощупывают» объект, не соответствует действительности. Судя по всему, первым использовал камеру-обскуру для зарисовок с натуры Леонардо да Винчи.

В 2011 г. в мире было выпущено 15 млн профессиональных камер на 6 млрд долл. и более 100 млн «мыльниц», стоимость которых составила 12 млрд долл.



Специалисты отсчитывают начало «эры» цифровых фотоаппаратов с 1995 г., когда в продажу поступили первые цифровые камеры для массового потребителя.

Колоссальный успех был достигнут в деле уменьшения размеров и веса камеры. Фотокамера теперь умещалась в кармане и при этом выдавала снимки, которые можно было распечатать в плакатном формате. Значительно расширился объем карты памяти: ныне они способны вместить тысячи фотографий. Кроме того, камеры стали быстрее снимать, что с радостью отметили фотографы, занимающиеся съемкой животных, птиц и спортсменов. Ведь в их работе дорога каждая секунда.

И наконец, внедрение скоростного радиоканала Wi-Fi в фотоаппараты позволило перебрасывать снимки в ноутбук или стационарный компьютер. Таким образом, к концу 2012 г. любительские фотокамеры получили такую «начинку», о которой еще несколько лет назад не смели мечтать и профессионалы.

ПРОФЕССИОНАЛЫ И ЛЮБИТЕЛИ

Рынок цифровых фотоаппаратов принято делить на два сегмента. К первому относят дорогие «зеркалки» и беззеркальные камеры со сменной оптикой. Второй сегмент составляют любительские аппараты, именуемые в народе «мыльницами». В 2011 г. в мире было выпущено 15 млн профессиональных камер на 6 млрд долл. и более 100 млн «мыльниц», стоимость которых составила 12 млрд долл.

Существует подгруппа, или пограничный сегмент, к которому относят аппаратуру, предназначенную для продвинутых любителей или не самых «упакованных» профессионалов. Ее ценовые границы – от 700 до 3 тыс. долл. за камеру. Специалисты в шутку именуют её «группой риска», потому что именно здесь фирмы испытывают свои новшества, отработывают и проверяют их. Убедившись в удаче новинки, её встраивают в дорогую профессиональную аппаратуру.

В 2012 г. на мировом рынке фототехники обозначилась тенденция, состоящая в том, что спрос на профессиональные и полупрофессиональные камеры ценой от 8 тыс. долл. стал расти, а на любительские (за 500–600 долл.) снижаться. Особенно четко этот тренд проявился в России, где «зеркалки» покупают особенно охотно (рост составляет более 40%). Но если в Западной Европе дорогую фотоаппаратуру приобретают почти исключительно профессионалы и любители со стажем, то в нашей



В 1981 г. компания Sony выпустила фотоаппарат Mavica. Это была полноценная зеркальная камера со сменными объективами. Она имела разрешение 570x490 пикселей. На используемый в ней гибкий магнитный диск можно было записать до 50 кадров, а также звуковые комментарии. К концу 1986 г. Canon, Nikon, Asahi также начали выпуск электронных видео- и фотокамер. Они были аналоговыми, стоили очень дорого и имели разрешение 0,3–0,5 мегапикселей. В 1991 г. Kodak совместно с Nikon представил профессиональный зеркальный цифровой фотоаппарат Kodak DSC100. Запись велась на жесткий диск, который находился в отдельном блоке, весившем 5 кг. Наконец, в 1995 г. началось производство первых потребительских фотокамер Apple QuickTake 150, Kodak DC40, Casio QV-11, Sony Cyber-Shot.

Российский фотолюбитель в среднем делает 50 снимков в месяц, европейский – 30.



В 2012 г. спрос на профессиональные и полупрофессиональные камеры ценой от 8 тыс. долл. стал расти, а на любительские (за 500–600 долл.) снижаться.



На выставке Photokina–2012 компания Samsung представила комбинированную смарт-камеру Galaxy Camera – гибрид фотоаппарата и смартфона, работающего под управлением ОС Android и оснащенного 16,3-мегапиксельной матрицей с объективом, имеющим 21-кратный зум с оптическим стабилизатором изображения. Смартфонная составляющая представлена четырехъядерным процессором с частотой 1,4 ГГц и 4,8-дюймовым сенсорным экраном, с помощью которого и осуществляется управление функциями камеры.

стране, по данным компании InfoTrade, более 30% покупателей дорогих камер – люди, никогда не занимавшиеся фотографией всерьез.

Маркетологи отмечают, что одновременно в России наблюдается снижение интереса к «мыльницам». Они объясняют это избытием на рынке смартфонов и планшетов с встроенными фотокамерами, для которых разрешение в 5 мегапикселей является нормой. А компания Nokia объявила недавно о продвижении на российский рынок смартфона со встроенной камерой с разрешением в 41 мегапиксель!

Такие же потребительские настроения зафиксированы и в некоторых европейских странах. Так, в Великобритании, по данным компании Mintel Technology, в 2011 г. объемы продаж цифровых камер упали на 29% по сравнению с самым удачным 2006 г., когда итог составил 1,05 млрд евро. Проведенный там недавно опрос показал, что 8% его участников, в случае поломки их фотокамеры, скорее всего будут пользоваться смартфоном и не станут покупать новый фотоаппарат. 40% опрошенных заявили, что для фото- и видеосъемки используют исключительно предназначенные для этого устройства, в то время как мобильными гаджетами для этой цели пользуются 45% респондентов.

Есть и еще одна интересная тенденция. В связи с изменениями, происходящими на рынке печатных СМИ, некогда основных потребителей профессиональной фотографии, необходимость в дорогой сложной фотоаппаратуре постепенно снижается, поскольку в журналах большую часть работы по обработке фотографий выполняет дизайнер в фотошопе. В газетах же и интернет-изданиях сегодня готовы довольствоваться даже снимками с мобильных телефонов, т. к. их интересует событие, а не его подача. Поэтому можно предположить, что в отдаленной перспективе рынок профессиональных камер и дорогой оптики начнет понемногу сворачиваться. В конечном счете, её потребителями останутся редкие фотографы, занимающиеся по-настоящему качественной съемкой, и богатые любители, для которых «навороченный фотоаппарат» – атрибут их социального положения.

ФОТОГРАФИЧЕСКАЯ ДИАРЕЯ

Профессионалы нынешний взрыв интереса широкой публики к фотографии часто сравнивают с эпидемией графомании, которая возникла после освоения массовым пользователем Интернета.

С уходом ограничений, связанных с необходимостью наводить на резкость и выставлять диафрагму, проявлять пленку и печатать фотографии, наконец, помнить о том, что на пленке всего 36 кадров, снимать стали поголовно все и всё подряд. Естественно, такие «мелочи», как содержание кадра, его композиция, свет, тень, настроение, в расчет не принимаются. Фотографическое образование считается законченным, если человек сумел осилить инструкцию по пользованию камерой. В результате миллионы фотографий Ниагарой космического масштаба ежедневно низвергаются в информационное пространство. А еще больше их, ничего не содержащих, никем не востребованных, копятся в компьютерах, планшетах, смартфонах.



Появившийся весной 2012 г. фотоаппарат Lytro изменил «с точностью до наоборот» освященный многими десятилетиями алгоритм «навел на резкость – сделал снимок». Теперь пользователи могут управлять фокусом постфактум: открыв на сенсорном экране Lytro уже сделанную фотографию и ткнув пальцем в любой объект в кадре, можно получить нужную степень резкости. Не понравилось – можно изменить. Несмотря на способность производить такие волшебные манипуляции со снимками, Lytro (ее название – «пленоптическая камера», или «камера светового поля») имеет пока существенные недостатки: низкое разрешение, не всегда верную цветопередачу, маленький блеклый экран. Но есть все шансы, что технологию доработают – по слухам, Lytro Inc. готовит новую версию фотоаппарата. Одновременно компания Toshiba представила компактный фотомодуль для мобильных телефонов, позволяющий вести такие же, как в Lytro, «игры с фокусом».



Сейчас трудно сказать, перейдет ли однажды количество фотографий в их качество. Вероятность этого высока, ведь большинство людей инстинктивно стараются запечатлеть самое красивое, самое выдающееся из созданного природой и человеком. Вполне возможно, в недалеком будущем у нас появятся новые Руйковичи, Багрянские, Киврины, Гарины, Чернышевы, Королевы, Родченко, Птицыны – мастера, чьи имена когда-то были гордостью советской фотографии, по чьим снимкам можно изучать историю страны, чьи работы больше рассказывают о людях и времени, в котором они жили, чем тома документов.

НЕМНОГО О БУДУЩЕМ

Специалисты полагают, что через несколько лет зеркальные камеры полностью освободят место для беззеркальных аппаратов с большими матрицами. Расширится диапазон фокусных расстояний объективов. Будет совершенствоваться «интеллектуальная» составляющая системы управления фотосъемкой, будь то автоматическое определение и удержание увеличения сюжетно важного объекта, выбор «сценического» режима или показ будущего снимка на дисплее.

Эти перемены, однако, едва ли можно считать революционными. Более серьезных перемен ждут не раньше, чем через несколько десятилетий. Ожидается, что тогда появится такой важный элемент фотокамеры будущего, как листовая светоприемник, в котором будут объединены функции объектива и матрицы. Сама матрица станет сферической, что поможет снизить оптическое искажение кадра. Каждый пиксель на ней будет подвижным и сможет подстраиваться под расстояние до фотографируемого объекта. Весь кадр благодаря этому будет резким. В результате отпадет необходимость классического объектива, главная задача которого сейчас – «достать без потерь» до объекта съемки.

Более того, объектив вслед за матрицей тоже станет сотовым, а составляющие его элементы придут в движение. Можно будет вести съемку на 360°, получая окружающую картину целиком.

Видоискатель переместится на удаленный дисплей или исчезнет совсем, поскольку будет встроен в устройство, внешне напоминающее очки (работы над таким аппаратом уже ведутся). Изображение и дополнительная информация будут выводиться на внутреннюю сторону стекол, а управление осуществляться движением глаз и век.

Насколько реалистичны такие прогнозы, пока сказать трудно. Но нет сомнения, что будущее окажется интереснее, чем мы можем предположить. Не говоря уже о том, что оно куда ближе, чем мы думаем.

Андрис ШЛЕПЕТИС

В 2013 г. ожидается появление новых моделей фотоаппаратов Canon EOS 3D и Canon EOS 7D MK II. Полнокадровая зеркальная камера EOS 3D получит сенсор гигантского разрешения – более 50 мегапикселей. Непривычно большое разрешение в сенсорах зеркальных камер является отражением спроса на высокую чёткость изображения.



ЭЛЕКТРОНИКА

Выставки потребительской электроники и бытовой техники относятся к числу наиболее популярных и посещаемых мероприятий. Круг потребителей этих товаров чрезвычайно широк – практически каждый человек использует тот или иной бытовой прибор. Размер данного рынка огромен, и он постоянно растет, быстрыми темпами расширяются ассортимент оборудования и его технические возможности.

По данным исследования Digital World TCG Yearly Forecast, проведенного компанией GfK совместно с Consumer Electronics Association (CEA), в 2011 г. объем мирового рынка только потребительской электроники превысил 1 трлн долл.

За последние годы потребитель привык к регулярному появлению знаковых новинок в мире высоких технологий. Их презентация происходит, как правило, на крупных международных выставках электронно-бытовой техники. На них выявляются также потребительские предпочтения и тенденции развития технической мысли.

Одной из крупнейших экспозиций в области потребительской электроники и бытовой техники является CES (Consumer Electronics Show) в Лас-Вегасе. По мнению экспертов, состоявшаяся в январе этого года выставка продемонстрировала, что в последнее время понятие «потребительская электроника» чаще всего ассоциируется с персональными гаджетами, такими как смартфоны и планшеты, которые и были в центре внимания большинства посетителей.

Выставка CES существует с 1967 г. и вначале проводилась в Нью-Йорке. С 1978 по 1994 г. CES проходила дважды в год: в январе – в Лас-Вегасе как Winter



Выставка CES (Consumer Electronics Show) существует с 1967 г. Начиная с 1995 г. она ежегодно проводится в Лас-Вегасе. В 2013 г. экспозиция заняла 190 тыс. кв. м, ее посетили 150 тыс. человек.

ДЛЯ ВСЕХ

Consumer Electronics Show (WCES), а в июне – в Чикаго как Summer Consumer Electronics Show (SCES). Начиная с 1995 г. выставка ежегодно проводится только в Лас-Вегасе.

В этом году в ней приняли участие 3250 компаний и организаций, которые представили более 20 тыс. экспонатов и различных новинок. Экспозиция заняла 190 тыс. кв. м, и ее посетили 150 тыс. человек, в числе которых 35 тыс. гостей из 170 стран.

В Европе крупнейшей выставкой потребительской электроники и бытовой техники является IFA (Internationale Funkausstellung). Это старейшая экспозиция в мире по данной тематике, она проводится с 1924 г. в Берлине. В 2012 г. в ней приняли участие 1439 компаний, и она заняла площадь 142 тыс. кв. м. Выставку посетили 240 тыс. человек, в числе которых более 140 тыс. были специалистами, 43 тыс. из них приехали из других стран. Об успешности и значимости выставки говорят подсчеты организаторов, которые сообщили, что в ходе мероприятия участниками было заключено контрактов на сумму свыше 3,8 млрд евро.

В Азии крупнейшей экспозицией в области потребительской электроники считается Korea Electronics Show (KES), проводимая ежегодно с 1969 г. в Сеуле.

В 2011 г. объем мирового рынка потребительской электроники превысил 1 трлн долл.

В октябре 2012 г. в ней приняли участие более 1 тыс. компаний из 30 стран. На выставке побывали 53 тыс. посетителей, а ее площадь составила 54 тыс. кв. м. Корейская экспозиция теснейшим образом связана с электронной промышленностью страны, которая начала активно развиваться более 50 лет назад. В настоящее время Южная Корея является одним из ведущих в мире производителей электронно-бытовой техники, что делает KES важнейшей площадкой для местных компаний.

Другой важной выставкой в Азии и крупнейшей в Китае является China Consumer Electronics Fair (CCFE), проводимая в Шеньжэне. Она проходит совместно с популярной экспозицией – China Electronics Fair (CEF), что придает обоим мероприятиям мультипликативный эффект. В 2012 г. в выставках приняли участие более 2 тыс. компаний, стенды которых заняли свыше 70 тыс. кв. м. Число посетителей превысило 74 тыс. человек, из которых 5 тыс. были из других стран. Значимость выставки в Шеньжэне растет из года в год, в связи с постоянно расширяющимся выпуском в стране потребительской электроники. Как известно, ведущие мировые бренды активно переводят свое производство в Китай.

Важной экспозицией в области потребительской электроники является Photokina, проводимая в Кёльне. Основным в ее содержании является фото- и кинотехника. Она проводится раз в два года в одном из крупнейших в мире выставочных центров Koelnmesse и существует с 1950 г. В выставке, состоявшейся в сентябре 2012 г., приняли участие 1250 компаний и организаций из 41 страны. Иностранцы составили 63% от общего числа. Площадь выставки превысила 220 тыс. кв. м, и ее посетили 185 тыс. человек, 42% из которых были гостями из разных стран.



Выставка IFA (Internationale Funkausstellung) – старейшая экспозиция в мире в сфере бытовой техники и электроники, она проводится с 1924 г. в Берлине. В 2012 г. в ходе мероприятия участниками было заключено контрактов на сумму свыше 3,8 млрд евро.

Электроника и бытовая техника

Выставка, организатор	Время проведения	Место проведения	Контакты
FINETECH JAPAN Reed Exhibitions Japan	10–12.04.13	Япония Токио	www.reedexpo.co.jp; info@reedexpo.co.jp Тел. +81 (0)3 3349 8501; факс +81 (0)3 3349 8599
HOME PRODUCTS – HONG KONG Global Sources	19–22.04.13	Китай Гонконг	www.globalsources.com; visit@chinasourcingfair.com Тел. +852 8199 7308; факс +852 8199 7628
INTELLIGENT HOME Litexpo	24–27.04.13	Литва Вильнюс	www.litexpo.lt; info@litexpo.lt Тел. +370 5 2451 800; факс +370 5 2454 511
SMARTPHONE & MOBILE EXPO JAPAN Reed Exhibitions Japan	8–10.05.13	Япония Токио	www.reedexpo.co.jp; info@reedexpo.co.jp Тел. +81 (0)3 3349 8501; факс +81 (0)3 3349 8599
MEDPI Reed Expositions France	14–17.05.13	Монако	www.reedexpo.fr; info@reedexpo.fr Тел. +33 (0)1 4756 5000; факс +33 (0)1 4756 5100
G2E ASIA Reed Exhibitions Companies	21–23.05.13	Китай Макао	www.reedexpo.com; rxinfo@reedexpo.co.uk Тел. +44 20 8271 2134; факс +44 20 8910 7823
CONNECTIONS CEA	21–23.05.13	США Лас-Вегас	www.ce.org; cea@ce.org Тел. +1 (703) 907 7600; факс +1 (703) 907 7675
PALME IIR Middle East	21–23.05.13	ОАЭ Дубай	www.iirme.com; info@iirme.com Тел. +971 4 336 7334; факс +971 4 407 2485
ELECTRONICS FAIR – DUBAI Global Sources	28–30.05.13	ОАЭ Дубай	www.globalsources.com; visit@chinasourcingfair.com Тел. +852 8199 7308; факс +852 8199 7628
CEBIT AUSTRALIA Hanover Fairs Australia	28–30.05.13	Австралия Сидней	www.hannoverfairs.com.au; CeBIT@hannoverfairs.com.au Тел. +61 2 9280 3400; факс +61 2 9280 1977
MEDPI IBERIA Reed Exhibitions Iberia SA	4–6.06.13	Испания Валенсия	www.reediberia.com; info@reediberia.com Тел. +34 93 452 0722; факс +34 93 451 6637
E3 – ELECTRONIC ENTERTAINMENT EXPO ESA	11–13.06.13	США Лос-Анджелес	www.theesa.com; esa@theesa.com Тел. +1 (213) 741 1151; факс +1 (213) 765 4266
MEDIA-TECH CONFERENCE EUROPE Messe Frankfurt Ausstellungen	11–12.06.13	Германия Гамбург	www.mfa.de; info@mfa.messefrankfurt.com Тел. +49 (0)611 951 660; факс +49 (0)611 951 6623
ELECTRONICS – SHANGHAI Global Sources	26–28.06.13	Китай Шанхай	www.globalsources.com; visit@chinasourcingfair.com Тел. +852 8199 7308; факс +852 8199 7628
CEDIA EXPO AUSTRALIA CEDIA	10–12.07.13	Австралия Голд-Кост	www.cedia.net Тел. +1 (317) 328 4336; факс +1 (317) 280 8527
INNOWA Westfalenhalle Dortmund GmbH	31.08 – 2.09.13	Германия Дортмунд	www.westfalenhalle.de; messe@westfalenhallen.de Тел. +49 231 120 452 1; факс +49 231 120 46 78
IFA BERLIN Messe Berlin GmbH	6–9.09.13	Германия Берлин	www.messe-berlin.com; central@messe-berlin.de Тел. +49 (0)30 3038 0; факс +49 (0)30 3038 2325
FUTURA Reed Exhibitions Salzburg	19–22.09.13	Австрия Зальцбург	www.reedexpo.at; info@reedexpo.at Тел. +43 662 4477 0; факс +43 662 4477 161
CEDIA EXPO CEDIA	25–28.09.13	США Денвер	www.cedia.net Тел. +1 (317) 328 4336; факс +1 (317) 280 8527
GADGET FAIR Бюро креативных проектов	26–29.09.13	Россия Москва	www.gadgetfair.ru; info@gadgetfair.ru тел./факс +7 (495) 780-8941
KOREA ELECTRONICS SHOW Korea Electronics Association	8–11.10.13	Корея Сеул	www.hktdc.com/em/koreaelectronicass; www.gokea.org Тел. + 82 2 553 0941; факс + 82 2 563 7371
ИГРОМИР Конференция разработчиков компьютерных игр (КРИ)	3–6.10.13	Россия Москва	http://igromir-expo.ru; info@igromir-expo.ru Тел. +7 965 359 0898
GITEX SHOPPER Dubai World Trade Centre	5–12.10.13	ОАЭ Дубай	www.gitexshopperdubai.com; Hmesh.Chandavarkar@dwtc.com Тел. +971 4 306 4511; факс +971 4 318 8607
BEE – BANGKOK ELECTRIC AND ELECTRONICS Thai Trade Fair	9–13.10.13	Таиланд Бангкок	www.thaitradefair.com; tidep@ditp.go.th Тел. +66 2 507 7842; факс +66 2 547 5683-4
PGA Poznan International Fair	18–20.10.13	Польша Познань	www.mtp.pl; info@mtp.pl Тел. +48 61 869 2000; факс +48 61 869 2999
HONG KONG MEGA SHOW Kenfair International Ltd.	20–23.10.13	Китай Гонконг	www.kenfair.com; cs@kenfair.com Тел. +852 2311 8216; факс +852 2311 6629
DIGIEXPO Suomen Messut	1–3.11.13	Финляндия Хельсинки	web.finnexpo.fi; info@finnexpo.fi Тел. +358 40 450 3250; факс +358 9 142 358
AUSTRALIAN INTERNATIONAL SOURCING FAIR AEC	13–15.11.13	Австралия Мельбурн	www.aec.net.au; mail@aec.net.au Тел. +61 03 8672 1200; факс +61 03 9654 5596
CCFS – CHINESE COMMODITIES FAIR SHARJAH Expo Centre Sharjah	25–28.11.13	ОАЭ Шарджа	www.expo-centre.ae; info@expo-centre.ae Тел. +971 6 577 0000; факс +971 6 577 0111
HJEM + HOBBY Norges Varemesse	29.11 – 1.12.13	Норвегия Лиллестрём	www.messe.no; nv@messe.no Тел. +47 6693 9100; факс +47 6693 9101

19-21
апреля 2013 года
МВЦ «Крокус Экспо»

МОСКОВСКИЙ ХОББИ ЭКСПО 2013

Trial & Trophy

Drifting

Trucks

Mini-Z

Авиамodelи

Зона для полетов в павильоне

Стендовый моделизм

Судомodelи, ж/д модели, роботы

Танковый полигон

3-й зимний чемпионат России
в классах радиоуправляемых электровнедорожников
в закрытом помещении

Реклама

31 32 33 34 35 36



31



32



33



34



35



36

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

М «Мякинино»

Дирекция выставки:

Тел./факс: +7 (495) 223-42-10

E-mail: kovalev@crocus-off.ru, katyagrish@crocus-off.ru

www.hobby-expo.ru

Организатор:

КРОКУС ЭКСПО
Международный выставочный центр

12+

«ФАРМСТРОНГ» - ГАРАНТ ЧИСТОТЫ



ФАРМСТРОНГ
генеральный подрядчик

- 7 лет успешной работы с 2005 г.
- 62 реализованных объекта в
31 городе России и СНГ
- 15 проектных и
26 монтажных компаний на субподряде
- 17 дилерских соглашений
с поставщиками оборудования
- 66,5 тыс. кв. м спроектированных
и построенных чистых помещений



МИКРОЭЛЕКТРОНИКА

Электронная промышленность является одним из самых крупных потребителей чистых помещений. Требования к уровню чистоты в этой отрасли являются наиболее жесткими, что привело к качественно новым подходам к созданию чистых сред. Суть этих подходов заключается в создании изолирующих технологий, т.е. в физическом отделении определенного объема с чистым воздухом от окружающей среды. В микроэлектронике на первый план выходят требования к чистоте воздушной среды по аэрозольным частицам, а также к системе заземления чистого помещения, особенно в обеспечении отсутствия статического электричества, а также к вибрациям, радиоволнам и другим технологическим средам. Чистые помещения, созданные компанией «Фармстронг», оснащены системой управления и контроля, позволяющими в режиме реального времени получить информацию о параметрах воздуха.

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЧИСТЫХ ПОМЕЩЕНИЙ ДЛЯ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ПРОИЗВОДСТВ

Проектные решения «Фармстронг», отделочные материалы, технологическое оборудование, инженерные системы соответствуют требованиям нормативных документов и гарантированно обеспечивают предотвращение вредного воздействия окружающей среды и человека на производство готового продукта. Чистые помещения проектируют в виде гибкой системы, способной к реорганизации, смене оборудования, перепланировке, замене фильтров и коммуникаций. Такой подход позволяет клиентам «Фармстронг» оптимизировать издержки.

СИСТЕМА ВЕНТИЛЯЦИИ И КОНДИЦИОНИРОВАНИЯ

В отличие от чистых помещений для фармацевтики и медицины, для микроэлектроники особое значение имеет

Контакты:

info@pharmstrong.ru
http://pharmstrong.ru

Москва,
ул. Радио, 24/1, оф. 701
Тел./факс: +7 495 987 4783

Нижний Новгород, 603167
ул. Маршала Казакова, 3
Тел.: +7 903 604 3196

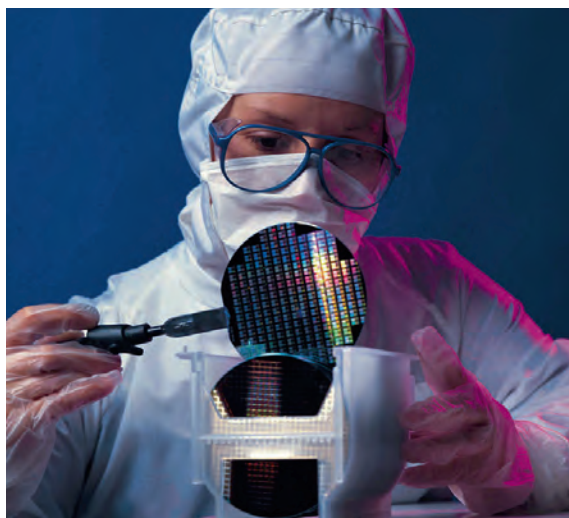
Нижегородская обл., г. Бор,
Неклюдово, ул. Трудовая, 18а
Тел.: +7 (831) 437 6880
Факс: +7 (831) 437 6881

Представительства:

г. Санкт-Петербург,
ООО «Диполь»,
Тел.: +7 905 270 6846

Украина, г. Киев,
ООО «Климат Проект»,
Тел.: +380 67 401 4771

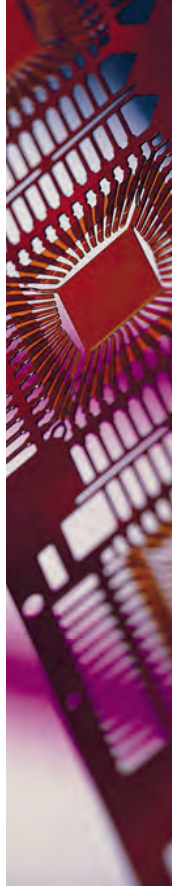
контроль не микроорганизмов, а микрочастиц в среде помещений. Поэтому в чистых помещениях микроэлектроника чистота достигается преимущественно с помощью правильной компоновки помещений, подбора материалов и правильной работы системы воздухоподготовки. Системы вентиляции предусматривают трехступенчатую фильтрацию приточного воздуха, эффективное распределение воздуха в контролируемом пространстве, автоматическое поддержание избыточного давления. Для обеспечения чистоты воздуха, удовлетворяющей условиям чистых помещений классов ЗИСО–5ИСО, скорость воздушного потока через рабочую зону составляет 0,3-0,5 м/с. Приточный воздух подается в чистые помещения через фильтры тонкой очистки, установленные в подвесных потолках обслуживаемых помещений, удаление воздуха происходит через перфорированные фальшполы. В помещениях класса чистоты 4ИСО–8ИСО используются HEPA фильтры, а в помещениях более высокого класса – ULPA фильтры. В чистых помещениях класса 6ИСО–7ИСО используется турбулентный поток с удалением воздуха из нижней зоны чистых помещений через вытяжные решетки, встроенные в стеновые перегородки. Удаление воздуха осуществляется через решетки, установленные в нижней зоне помещений с помощью вытяжной системы



вентиляции. Кроме чистоты воздуха отслеживаются скорость, направление воздушных потоков, температура, влажность и другие параметры, существенно влияющие на качество технологических процессов.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ

Для крупных промышленных производств характерны целые системы чистых помещений. Как правило, чистые помещения, одна или несколько чистых зон со всеми относящимися к ним структурами, объединяются в единую технологическую систему. С помощью диспетчеризации и систем управления параметрами чистых помещений можно контролировать влияние окружающей среды и персонала на производственный процесс. Первичное управление скоростью потока достигается количеством перфорированных плит фальшпола, эквивалентные количеству установленных на потолке фильтров. Финишное покрытие плит фальшпола выполняется из электропроводящего листового материала, а система двойного пола заземляется. В помещениях с классом чистоты ЗИСО–5ИСО полы выполняются со 100%-ной перфорацией, а с классом чистоты 6ИСО–7ИСО – с 50%-ной.



Высокотехнологичные производства, спроектированные и построенные компанией «Фармстронг» в 2012 г.

ЗАО «РМ Нанотех», г. Владимир

Изготовление, монтаж и аттестация комплекса высокотехнологичных чистых производственных помещений для производства наноструктурированных мембран. *Заказчик: ЗАО «РМ Нанотех».* Класс чистоты – 9ИСО. Площадь чистых помещений – свыше 1 тыс. кв. м.

ОАО «Электровыпрямитель», г. Саранск

Проектирование и строительство чистых помещений на участке «Эпитаксия». *Заказчик: ОАО «Электровыпрямитель».* Поставка и монтаж ограждающих конструкций чистых помещений. Площадь – 65 кв. м.

Проектирование и строительство чистых помещений на участке защиты и травления приборов МГС на полупроводниковом производстве.

ОАО «АНПП «Темп-Авиа», Нижегородская обл.

Реконструкция производства базовых датчиков: гироскопов и акселерометров. *Заказчик: ОАО «Корпорация «Тактическое ракетное вооружение».* Проектирование, поставка, монтаж, пуско-наладочные работы и аттестация чистых помещений. Площадь – 1400 кв. м. Класс чистоты – 7ИСО.

ФГУП «НИИ НПО «Луч», г. Подольск

Проектирование и строительство чистых помещений для установки вакуумного нанесения покрытий на крупногабаритные оптические изделия. *Заказчик: ФГУП «НИИ НПО «Луч».* Класс чистоты: 7ИСО, 8ИСО. Площадь – 176 кв. м.

ЗАО СК «ГАРАНТ», г. Ставрополь

Проектирование и строительство чистых помещений научно-лабораторного корпуса по производству теплоотводящих подложек для кремниевых микросхем. *Заказчик: ЗАО СК «ГАРАНТ».* Площадь чистых помещений – 680 кв. м.

ООО «Хевел», г. Новочебоксарск

Строительство чистых помещений для производства тонкопленочных солнечных модулей. *Заказчик: ЗАО «ИркутскЭнергоСтрой».* Площадь – 10 тыс. кв. м. Класс чистоты – 7ИСО.

Кроме того, в предыдущие годы «Фармстронг» выполнял работы для:

ЗАО «КБ навигационных систем», г. Москва, ОАО «Монокристалл», г. Ставрополь, ФГУП «Государственный Рязанский приборный завод», ФНПЦ ОАО «НПО «Марс», ФГУП ННИИРТ микроэлектроники, Физико-технического института им. А.Ф. Иоффе.

Выставки, конгрессы,

SINGAPORE PRIVATE AIRCRAFT CONFERENCE AND EXPO

Британская компания MIU Events совместно с выставочной компанией Singapore Yacht Show весной 2013 г. проведет конгресс Singapore Private Aircraft Conference and Expo (SPACE) в связи с увеличением продаж частных самолетов в Сингапуре и Юго-Восточной Азии. Конгресс будет предшествовать четырехдневной выставке Singapore Yacht Show. По словам председателя MIU, Алана Пери, «на данный момент в Сингапуре зафиксировано небольшое количество частных владельцев и авиаоператоров, но Сингапур имеет развитую инфраструктуру для коммерческой авиации и налаженную схему по техобслуживанию и ремонту. Что касается Индонезии, Индии и других стран Юго-Восточной Азии, то в настоящее время там превалирует частная авиация. Очевидно, что возможности Сингапура позволяют ему стать центром передового опыта или шлюзом для частных полетов, финансовых услуг, страхования, брокерского дела и технического обслуживания». Мероприятие пройдет с 16 по 21 апреля 2013 г. в Сингапуре.

www.mievents.com/spjs13

EXPOFORUM

Выставочный центр ExpoForum в Санкт-Петербурге привлекает к сотрудничеству всё больше компаний. По словам главы российского представительства компании Reed Exhibitions Григория Зарайского, всемирный выставочный оператор планирует привести на новую выставочную площадку свои самые знаковые проекты. Речь идет о выставке бассейнов, отопления и кондиционирования Aqua-Therm и выставке индустрии красоты InterCHARM Professional. Соглашение, подписанное между компанией ExpoForum и Reed Exhibitions, также предполагает аренду 17 тыс. кв. м открытого пространства в период с 28 по 31 октября для проведения выставки упаковки PAP-FOR Russia в 2014 г. Общий период действия соглашения между компаниями составит 5 лет – с 2014 по 2018 г.

www.expoforum.ru/en

INDIA BICYCLE EXPO

Индия является вторым по величине производителем велосипедов в мире – 15 млн в год. Из них только 3 млн идет на экспорт. Это свидетельствует о сильном внутреннем рынке, который ежегодно растет на 24–28% в премиум-сегменте. Для удовлетворения спроса индийская выставочная компания International Trade and Exhibitions India (ITEI), дочернее предприятие британской компании ITE Global, запускает выставку India Bicycle Expo. Выставка пройдет с 28 по 30 ноября 2013 г. в India Expo Centre. Для широкой публики она будет открыта в последний день. Наряду с велосипедами будут представлены запчасти и велоаксессуары.

www.indiabicycleexpo.com

SPILLEX EXHIBITION

Новая специализированная международная выставка технологий предотвращения нефтяных разливов на море Spillex пройдет в рамках 7-й международной научно-исследовательской конференции и выставки по океанологии Oceanology International 2014 при поддержке экологической ассоциации EuroSpill. Директор ассоциации EuroSpill Роджер Мэббот отметил, что выставка Spillex в 2014 г. будет организована при поддержке компании Reed Exhibitions. Выставки Oceanology International 2014 и Spillex пройдут с 11 по 13 марта 2014 г. в Лондоне в выставочном комплексе ExCel и займут 16 тыс. кв. м.

www.oceanologyinternational.com

форумы



INTERNATIONAL CONVENTION CENTRE SYDNEY

Вместо выставочного центра Sydney Convention and Exhibition Centre появится новый комплекс. Интегрированный развлекательный выставочно-конгрессный центр в бухте Дарлинг будет называться International Convention Centre Sydney (ICC). Завершение его строительства планируется в 2016 г. Строительство объекта возьмет на себя компания Destination Sydney. Возможности ICC Sydney позволят проводить четыре крупных мероприятия одновременно на площади в 40 тыс. кв. м. В состав комплекса войдет отель на 900 номеров.

www.aegworldwide.com

ITE GROUP

Международный выставочный холдинг ITE Group приобрел 28,3%-ный пакет акций индийского выставочного оператора Asian Business Exhibitions & Conferences (ABEC), выкупив их у катарского инвестиционного банка QInvest. ABEC считается одной из ведущих выставочных компаний в Индии. Она является организатором 19 выставок по 11 отраслям, включая строительство, образование, образ жизни, недвижимость, нефть и газ. Портфель мероприятий ABEC дополнит существующую выставочную программу ITE в Индии, а международная сеть офисов по продажам ITE повысит ценность бизнеса ABEC.

www.ite-exhibitions.com

MESSE DUSSELDORF

Немецкая компания Messe Düsseldorf сообщила, что ее оборот в 2012 г. составил более 380 млн евро (в 2011 г. – 373 млн евро), из которых более 110 млн евро получены от зарубежных проектов компании. Именно благодаря им достигнут рост оборота. По словам руководства Messe Dusseldorf, 2012 г. можно характеризовать как очень успешный. Крупнейшие выставки, такие как Medica, Prowein, Caravan Salon и International Boat Show, стали визитной карточкой компании. Руководство Messe Dusseldorf отметило плодотворное сотрудничество с выставочными операторами России, особенно недавнее долгосрочное соглашение с компанией ExpoForum в Санкт-Петербурге.

www.messe-duesseldorf.com

EXPONOR И BILBAO EXHIBITION CENTRE

Выставочный центр в г. Порту Exponor (Португалия) и выставочный центр в Бильбао Bilbao Exhibition Centre (Испания) подписали долгосрочное соглашение, расширяющее сотрудничество между двумя странами. Теперь на мероприятиях BEC (фармацевтической выставке Ferroforma-Bricoforma, технологическом и промышленном саммите Industrial and Technological Summit и выставке машиностроения и производства BIEMH shows) участников из Португалии будет набирать компания Exponor, которая, в свою очередь, будет рассчитывать на ответную услугу со стороны BEC для выставок строительной индустрии EMAF и бетона Concreta.

www.exponor.pt; www.bilbaoexhibitioncentre.com

«Крокус Экспо»:



«Мосшуз»

Очередная, весенняя, международная специализированная выставка «Мосшуз» пройдет с 26 по 28 марта. Проект «Мосшуз» является наиболее крупной выставкой обуви, сумок и аксессуаров на территории России и стран СНГ. Организатор выставки – компания «МосШуз» дает возможность иностранным и российским обувным компаниям представить свои самые перспективные коллекции на следующий сезон. В этом году участие в выставке примут 300 компаний из 20 стран мира, в том числе из России, Италии, Германии, Франции, Испании, Турции, Польши, Великобритании, Китая, Белоруссии и Украины.

«Московское Тюнинг Шоу»

С 25 по 28 апреля состоится 5-я международная специализированная выставка «Московское Тюнинг Шоу–2013». Выставка представит всё, что может заинтересовать любителей тюнинга, аэрографии, автосв звука и автоспорта: тюнингованные машины и мототехника. На площади 17,5 тыс. кв. м организатор мероприятия – МВЦ «Крокус Экспо» – разместит стенды ведущих тюнинг-ателье, автопроизводителей и дизайн-студий. В специальной шоу-зоне посетители смогут осмотреть аэрографические экспонаты, эксклюзивные спортивные автомобили от ведущих автомобильных брендов, экспозиции авто- и мото клубов, а также посетить Тюнинг-парад и XV чемпионат России по автосв звуку. В «Московском Тюнинг Шоу–2012» приняли участие около 100 компаний и дистрибьюторов всемирно известных брендов, в том числе лидеры рынка тюнинг-услуг, известные автоклубы, объединения художников и аэрографов.

«Вся недвижимость мира»

Международная выставка-форум «Вся недвижимость мира» проводится дважды в год. Весенняя, 11-я, выставка состоится с 19 по 21 апреля. Организатор – компания «МБ Экспо». Основная тематика выставки – зарубежная и российская недвижимость, инвестиции, архитектура и дизайн, загородная недвижимость, ипотечное кредитование, коммерческая и жилая недвижимость, юридические и консалтинговые услуги, обслуживание покупателей после приобретения недвижимости и многое другое. В этом году впервые к числу экспонентов присоединилась Республика Гондурас. Средняя посещаемость выставки – 3 тыс. человек в день.

«Стоматологический салон»

«Стоматологический салон» – одна из крупнейших в Европе и вторая по авторитетности международная выставка в России – пройдет с 22 по 25 апреля в рамках 33-го Московского международного стоматологического форума. Организатор – компания «ДЕ-5». Традиционно «Стоматологический салон» представляет вниманию зубных врачей и техников все новинки в области оборудования, инструментов и материалов для стоматологии. На стендах и в конференц-залах посетителей ждут сотни мероприятий: от презентации продукта до международных конгрессов. В рамках научной программы форума пройдет XXIX Всероссийская научно-практическая конференция «Актуальные проблемы стоматологии», на которой впервые состоится Симпозиум по эстетической стоматологии. Докладчик – автор техники стоматологической реставрации Дидье Дичи.

день за днем



«Ландшафтная архитектура. Флористика»

12-я международная специализированная выставка «Ландшафтная архитектура. Флористика–2013» пройдет с 26 по 29 марта. Это собственный проект МВЦ «Крокус Экспо». Его цель – демонстрация технологий и специальных решений по наиболее комфортной, экологически чистой и отвечающей эстетическим требованиям организации пространства. В этом году на выставке впервые будут сформированы специализированные экспозиции, которые органично дополняют тему организации пространства для жизни и работы. Особого внимания заслуживают экспозиция Eco-Riviera, посвященная сохранению окружающей среды, и Московский интерьерный и ландшафтный салон MILL'S – выставочное пространство нового формата, представляющее своеобразный «пазл» из эксклюзивных авторских решений, достижений и инноваций в области озеленения, социальной политики и экологии.

Moscow Hobby Expo

Moscow Hobby Expo – собственный проект МВЦ «Крокус Экспо». Основная идея Moscow Hobby Expo – раскрыть и развить творческие способности каждого человека, познакомив его с разнообразными видами увлечений. В этом году выставка состоится с 19 по 21 апреля. В это время здесь прямо на стендах экспонентов пройдут международные авто- и авиамоделные соревнования, испытания летательных аппаратов (самолетов, вертолетов, слоуфлайеров) на летной площадке, танковые бои iBattle, встречи с авторитетными коллекционерами, мастер-классы, семинары и специальные показы по различным тематическим направлениям моделизма, презентации компаний-участников, поразительные турниры и розыгрыши с ценными призами.

InterCHARM professional

Выставка профессиональной косметики и оборудования для салонов красоты InterCHARM professional является визитной карточкой компании «Рид-СК». Проект объединяет лидеров отрасли индустрии красоты. Этой весной выставка пройдет с 18 по 20 апреля. Мероприятие позволит увидеть последние достижения современной beauty-индустрии, получить теоретические и практические знания в области прикладной эстетики, косметологии, ногтевого сервиса и управления салонным бизнесом, уловить современные тенденции отрасли и получить конкретные знания и навыки работы в салонной индустрии. В 2012 г. выставку посетили около 40 тыс. специалистов – на 9% больше, чем предыдущую. Всего в проекте приняли участие 400 ведущих компаний, которые представили более 2,5 тыс. брендов beauty-индустрии.



«Индустрия здоровья»

С 22 по 25 апреля состоится 6-й международный медицинский форум-выставка «Индустрия здоровья. Инновационные технологии – в практику». Проект призван способствовать реализации государственной политики в сфере здравоохранения, а также инновационному развитию системы практического здравоохранения. МВЦ «Крокус Экспо» при поддержке Минздравсоцразвития РФ соберет на одной площадке ведущих специалистов и ученых из государственных и ведомственных медицинских учреждений РФ со всех регионов страны. В рамках деловой программы форума пройдет научно-практическая конференция «Врач России XXI века», а также многочисленные семинары и «круглые столы». На выставке будут представлены передовые технологии лечебно-диагностической и оздоровительной помощи, современная отечественная и зарубежная медицинская техника, лекарственные препараты.

МЫ НАШ, МЫ ПОСТРОИМ

Для многих семей в России смена формации с социалистической на капиталистическую была связана со странным, манящим словом «евроремонт». Чем он отличался от простого и понятного, прежнего, ремонта, кроме заоблачной цены, почему «евро», если большинство материалов китайские, непосвященным было не понять. Семья вливала не просто в преобразившуюся квартиру, но в новую, вымечтанную реальность. На такое никаких денег не жалко. Поэтому индустрия ремонта и стройматериалов резко взмыла вверх прямо со старта и продолжает расти до сих пор, радуя потребителей всё новыми решениями и находками.



Что бы теперь ни задумал гражданин, дома или на даче, ответ у индустрии ремонта всегда отыщется. Нужно только разобраться в безграничных возможностях современных материалов для ремонта и строительства. Такую возможность предоставляет выставка Buildex. Здесь можно подобрать красивую облицовку для пятого угла или просто спросить, для чего нужна вон та, особо приглянувшаяся, штукovina на стенде.

Давайте пройдемся по разделам, где каждый – и специалист со стажем, и любитель – сможет найти полезную новинку. Раздел «Строительные материалы и оборудование», самый большой на выставке, в основном предназначен для специалистов – представителей оптовых и розничных компаний, руководителей строительных организаций, закупщиков специализированных магазинов, архитекторов и проектировщиков. Для них будут представлены материалы и оборудование для всех этапов строительства – от закладки фундамента до внешней и внутренней отделки. Интересное направление, которое каждый год преподносит технологические новинки, – изоляционные материалы. Пространства «Крокус Экспо» позволяют развернуться масштабным экспонатам, например оборудованию для производства кирпича, строительным лесам, различным видам кровли.

Интересный, насыщенный новинками раздел «Инженерные системы. Автоматизированные системы управления». Здесь будут представлены новейшие технологические решения и разработки в области проектирования и эксплуатации инженерных систем. Ни один человек не откажется от того, чтобы сделать свою жизнь легче, тем более – дома. Поэтому системы «Умный дом» всегда вызывают повышенный интерес публики. Но познакомиться с такими системами обыватель пока может только на выставке. Спе-

НОВЫЙ МИР

Выставка Buildex будет проходить со 2 по 5 апреля 2013 г. в МВЦ «Крокус Экспо». Ее тематические разделы охватывают весь спектр строительных материалов и оборудования для возведения зданий, подведения инженерных систем и механического оснащения, а также интерьерной отделки и дизайнерского оформления помещений.



Неизменный интерес посетителей вызывает раздел «Оконные системы. Ворота. Роллеры. Аллюминиевые профильные системы».

Специалисты считают, что экономически они выгодны для офиса или большого дома, где важны мониторинг и управление процессами отопления, расхода электричества, водоснабжения и т.д. Например, в офисных центрах автоматика сама гасит свет и отключает кондиционеры, когда последний человек выходит из офиса. Именно с развитием подобного рода технологий и возникло понятие «стоимость владения зданием».

Для владельцев частных домов и квартир такие системы скорее вопрос престижа и дополнительного комфорта, потому что в наших условиях ни о какой экономии электричества или воды с помощью системы ценой в несколько десятков тысяч долларов речи идти не может. Правда, и в этом сегменте специалисты предвещают активный рост, связанный с ростом технологических возможностей смартфонов и планшетников. Интеграция этих устройств в процессы управления домом позволит со временем удешевить продукт и сделать его более массовым.

Для посетителей, не имеющих отношения к строительному бизнесу, самыми увлекательными станут, конечно, разделы, связанные с интерьером. Хотя в первую очередь на этих стендах ждут архитекторов, декораторов, оптовых покупателей отделочных материалов, сотрудников дизайн-студий и архитектурных бюро. Выставка объединит всё разнообразие современных технологий и материалы в сфере интерьерной отделки и дизайна. Будут представлены в большом разнообразии керамическая плитка и камень, обои, краски, сантехника, интерьерные ткани, декор окна. Словом, всё, что даёт возможность воплотить самые необычные творческие идеи и задумки.

Ирина КОНДРАШОВА

Строительная отрасль России объединяет 15 подотраслей, включающих 25 видов производств. В этой сфере работает около 9,5 тыс. предприятий, в том числе 2,2 тыс. крупных и средних предприятий, на которых трудятся свыше 680 тыс. человек. Около 7% продукции отрасли приходится на малые предприятия. Продукция отрасли потребляется в основном на внутреннем рынке страны. В группе отделочных материалов, предметов благоустройства (линолеум, облицовочные изделия из природного камня, керамическая плитка, санитарно-технические изделия) доля импортных материалов достигает 20–30%. Экспорт составляет всего 4–6% от общего объема отечественного производства. Промышленность строительных материалов является одной из наиболее топливо- и энергоемких (более 16% в структуре затрат), а также грузоемких отраслей хозяйства: в общем объеме перевозок железнодорожным, автомобильным и водным транспортом строительные грузы составляют около 25%. Отрасль потребляет 20 видов минерального сырья и относится к крупнейшим горно-добывающим отраслям в экономике России.

BUILDEX — ПРЕИМУЩЕСТВА

Компания Media Globe регулярно выходит на рынок с новыми проектами. Один из них — строительно-интерьерная выставка Buildex. Проект существует всего год, а его уже сравнивают со всемирно известной выставкой BAU в Германии. О том, как возникла идея проекта Buildex и в чем его преимущество, журналу «Бизнес и Выставки» рассказала директор выставки Тамара ЛУКЬЯНЕНКО.



Почему вы решили организовать еще одну выставку, посвященную строительной тематике?

— Идея проекта существовала давно. Компания Media Globe является организатором крупнейшей европейской выставки «Строительная Техника и Технологии». Там есть разделы, тесно связанные со строительством, так что изучать рынок заново нам не пришлось. В связи с тем, что в 2011 г. в МВЦ «Крокус Экспо» освободилось место в удобное для проведения выставок время, мы решили воспользоваться случаем и запустить несколько новых проектов, в том числе и Buildex. Первая выставка Buildex прошла весьма успешно и показала своевременность своего появления: около 300 компаний-участников и более 40 тыс. посетителей — прекрасный результат для первого раза. Кроме того, у нас подобралась очень хорошая команда профессионалов, имеющих большой опыт в выставочном бизнесе и знающих все его нюансы. В настоящее время полным ходом идет формирование Buildex-2013. Уже сейчас понятно, что по своим размерам она будет превосходить выставку 2012 г. более чем в два раза.

Вас не испугала конкуренция?

— Конкуренция — это всегда хорошо. Она создает дополнительные возможности для участников рынка. Тем более, что Buildex предлагает лучшую выставочную площадку, разумную ценовую политику и отличный сервис. Для посетителей и участников выставки работает вся инфраструктура «Крокуса», включающая бесплатную парковку на 26 тыс. мест, сервис-центры, кафе и рестораны, отель «Аквариум», отделения «Сбербанка» и «Крокус Банка», в фойе павильонов работает бесплатный Wi-Fi, а в выставочных залах предусмотрены специально оборудованные зоны отдыха. Для удобства экспонентов мы создали систему «одно окно», которая позволит участникам решать все вопросы через одного менеджера выставки. Так что наши конкурентные преимущества очевидны.

В 2012 г. у нас открылся собственный офис в Италии — Media Globe Italy. С его помощью мы активно работаем с представителями итальянских строительных компаний, дизайнерских фирм и архитектурных бюро. На выставке Buildex-2013 будет организована отдельная объединенная экспозиция итальянских произво-

ОЧЕВИДНЫ

дитей. Она будет называться Pensare Italiano (думать по-итальянски) и коснется в основном интерьерной отделки, сантехники и керамики. В рамках экспозиции будут проходить мастер-классы итальянских и российских архитекторов.

Вы бы хотели, чтобы Buildex встала на одну ступень с BAU?

– Безусловно, мы бы хотели, чтобы наша выставка стала таким же масштабным и значимым событием. Но наша первоочередная задача сегодня – создать идеальные условия для компаний-участников. Как следствие, компании не только будут возвращаться к нам снова и снова, но будут рекомендовать участие своим партнерам и конкурентам. В этом случае активный рост выставки не заставит себя долго ждать, тем более, что «Крокус Экспо», с его огромной площадью павильонов в более чем 230 тыс. кв. м, позволит вместить даже такую крупную выставку, как BAU.

Что дает вам сотрудничество с отраслевыми организациями и союзами?

– Мы сотрудничаем с такими отраслевыми союзами, как Национальное объединение строителей «Нострой», Национальная ассоциация дверной индустрии (НАДИ), Союз производителей полимерных профилей для светопрозрачных конструкций (СППК), Ассоциация продавцов и производителей оконной и дверной фурнитуры (АПП), Ассоциация производителей качественного жилья GreenСтрой, Национальное агентство по энергосбережению и возобновляемым источникам энергии (НАЭВИ). В 2012 г. мы подписали долгосрочный договор о сотрудничестве с ассоциациями СППК и АПП, куда входят такие крупные компании, как Siegenia-Aubi, Masco, ТБМ, Rehau, «Декенинг Рус», «Века Рус», «Профайн Рус» и др. Все эти фирмы представляют свою продукцию на ближайшей выставке Buildex. С Ассоциацией GreenСтрой мы сотрудничаем по вопросам экологии. Представители ассоциации проведут на выставке мероприятия, посвященные внедрению экологических инноваций в строительстве, а их коллеги из НАЭВИ расскажут специалистам о новых технологиях экономного «энергосберегающего» строительства.

Известно, что помимо профильных отраслевых организаций вы активно сотрудничаете с компанией Messe Munchen.

– Да, это так. Messe Munchen отвечает за привлечение иностранных участников на нашу выставку. Так как Messe Munchen является организатором выставки BAU, одной из самых крупных строительных выставок в мире, охватывающей все области строительства, дизайна и архитектуры, то у нашего немецкого партнера есть опыт и ресурсы для работы с иностранными компаниями и привлечению их к участию в выставке Buildex.

Произошли ли изменения среди участников строительных выставок за последние два года? Как чувствует себя строительный рынок?

– По сравнению с Европой, Россия держится очень уверенно. В нашей стране в некоторых сегментах рынок даже растет. Активное строительство олимпийских объектов в Сочи и бум строительства на территории Новой Москвы дает возможность компаниям увеличивать свои обороты, а участие в тендерах и государственных программах приносит новые заказы. Наряду с этим, на российском рынке все более востребованными становятся компании, связанные с экологией и «зелеными» сферами строительства. Эти ниши пока не заполнены, но имеют огромный потенциал. Более подробно о развитии рынка, его тенденциях и прогнозах, можно будет узнать, посетив мероприятия деловой программы Buildex–2013, где в формате конференций и «круглых столов» специалисты отрасли поделятся своими знаниями, наблюдениями и опытом.

Каковы ваши планы на будущее?

– У нас с «Крокусом» много совместных планов. Во-первых, это развитие уже существующих проектов, таких как Buildex и Московский международный мебельный салон/Rooms Moscow. Во-вторых, запуск нового проекта – ежегодного международного выставочного форума в сфере логистики InterLogistika. Кроме того, есть ряд других интересных идей, но они могут стать темой для отдельного разговора.

Беседовала Надежда КАЛМЫЧКОВА



КИРПИЧ К

Российская отрасль строительных материалов восстанавливается после кризиса. Однако по новизне технологических разработок, по скорости их внедрения в строительную практику она далеко отстает от того бума инноваций, который сейчас происходит в зарубежных странах.

Пару лет назад в ОАЭ было завершено строительство самого высокого здания на планете – 163-этажной башни Бурдж-Халифа. Весь мир был зачарован смелыми архитектурными и технологическими решениями, потенциалом строительного комплекса Эмиратов, его способностью решать столь сложные технические да и финансовые задачи.

Впрочем, не только ОАЭ стремились таким образом продемонстрировать миру возможности своей экономики. Ведущие агентства что ни день сообщают о начале реализации того или иного фантастического строительного проекта. В Китае это 358-метровый небоскреб для уездного города Уцзян. В Сингапуре – жилой квартал «Отражение», основным элементом которого станут шесть причудливо изогнутых башен из стекла. В Мексике – колоссальный подземный комплекс в столице, где разместятся музеи, галереи, магазины и развлекательные центры. Во Французской Гвиане – курорт на сваях, словно парящий над тропическим лесом. В Азербайджане – новый район Баку «Белый город» – образец эффективного использования бывшей промзоны.

Россия ничем подобным, к сожалению, похвастаться не может. Сочинский олимпийский комплекс с точки зрения нового слова в строительстве – сооружение довольно заурядное. Башни «Стражи Урала», возводимые уже много лет в Екатеринбурге, никак не могут закончить. «Волгоград-Сити» с его 9-, 12-, 15- и 26-этажными зданиями способен поразить воображение лишь глубоких провинциалов. А гордость московской мэрии – «Москва-Сити» – больше известен бесконечными скандалами, нежели смелыми конструктивными решениями.

Причин столь грустного положения дел существует множество. Одна из них – дефицит строительных материалов, сопровождающийся постоянным повышением цен на них.

30 мая 2011 г. приказом Минрегионразвития № 262 была утверждена «Стратегия развития промышленности строительных материалов и индивидуального домостроения до 2020 года». Из нее следовало, что через девять лет страна будет полностью обеспечивать себя основными видами стройматериалов, причем самого высокого качества. За последние годы в стране было введено в действие около 300 новых производств, в том числе 16 технологических линий по производству сбор-



163-этажная башня Бурдж-Халифа – самое высокое здание на планете.

КИРПИЧУ



Новая достопримечательность Сингапура – жилой квартал «Отражение».

ного железобетона, 18 объектов по производству стеновых материалов, 17 – товарного бетона, 10 линий по производству изделий из ячеистого бетона, 7 – по изготовлению быстровозводимых жилых домов на основе деревянных конструкций. По замыслу чиновников министерства, этого достаточно для успешного выполнения программы.

Правда, стоило бы подсчитать возможности существовавших мощностей, которые были усилены новыми производствами. А они перед экономическим кризисом, т. е. на пике хозяйственной активности, были не так уж велики.

Основу отечественной строительной индустрии составляли: 50 цементных заводов с общей мощностью около 62 млн т в год (мировое производство цемента – 2 млрд т), 6 крупных стекольных заводов, 10 кирпичных заводов мощностью более 100 млн условных кирпичей в год, около 1200 ДСК, заводов КПД, ЖБИ и ЖБК, 16 заводов автоклавного газобетона с мощностью более 100 тыс. куб. м в год каждый. Максимум, что можно было вытянуть с такой производственной базой, – это 60 млн кв. м жилья в год.

К тому же в кризисные 2009–2010 гг., как следует из доклада Минэкономразвития РФ, производство железобетонных конструкций и изделий сократилось на 42,6%, блоков и мелких стеновых камней – на 45,9%, изделий крупнопанельного домостроения – на 49,1%. За три го-

да Россия потеряла около 20% предприятий стройиндустрии: кирпичные заводы, бетоносмесительные узлы и ряд других производств. Это были преимущественно маломощные, низкорентабельные, неконкурентоспособные предприятия, но они тем не менее обеспечивали потребности районов в строительных материалах и давали рабочие места жителям в российской глубинке. В некоторых регионах численность работников отрасли сократилась на 15–25%, а в целом по стране на 9%.

Вот с этого уровня началось очередное восстановление российского строительного комплекса. Зафиксированы даже первые успехи: все промышленные показатели увеличились на 11–20%, а рост инвестиций в стройиндустрию составил 7%. Однако простая арифметика показывает: отыграна в лучшем случае половина того, что было потеряно в кризис.

Сохранятся ли эти темпы прироста? Маловероятно, потому что на многих предприятиях уровень физического износа основных фондов составляет до 54%, станки и оборудование используются по 20–30 лет, производительность труда оставляет желать лучшего. К тому же выпуск отечественного оборудования для предприятий стройматериалов практически приостановлен. Российские заводы и фабрики в большой степени зависят от зарубежных разработок и закупок импортного оборудования.

Отечественные новинки с трудом находят применение в российском стройкомплексе, зато с успехом применяются за рубежом.

Выставки и рынки

На общем невзрачном фоне есть отдельные достижения, некоторые предприятия по производству керамической плитки, изделий из натурального камня, сантехники, обоев и оконного профиля ПВХ чувствуют себя весьма уверенно, некоторые из них научились обходиться без поставок из-за рубежа. Эксперты отмечают, что «на протяжении последних нескольких лет тенденция к сокращению доли импортной продукции в России остается достаточно явной и очевидной».

Не так давно председатель Правительства РФ Дмитрий Медведев провел совещание, на котором обсуждались меры по стимулированию внедрения инновационных материалов и решений в строительство. Отчет с него можно назвать «умеренно оптимистичным». С одной стороны, участники встречи констатировали, что в стройкомплексе «все еще повсеместно используются морально устаревшие решения и материалы», но, с другой, как раз в этой сфере за последние годы «было представлено множество разработок, открывающих принципиально новые возможности».

В частности, вспомнили новый материал «винизол», из которого в Иркутске стали делать антивандальные скамейки. Можно было бы упомянуть и сухие строительные смеси, выпускаемые теперь в России по отечественным технологиям. Жаль только, что их используют у нас в три раза меньше, чем в Европе. Кроме того, есть каркасные дома-конструкторы, в которых себестоимость 1 кв. м площади составляет всего 5 тыс. рублей, технология производства дешевых глиняных моноблоков, искусственный мрамор и удивительный по свойствам и красоте материал «барханит», получаемый из обычного бетона с добавлением полимеров и стекловолокна.

Беда в одном: все вышеперечисленные новинки ни промышленность, ни курирующие ее ведомства не заинтересовали. Зато они оказались востребованными во многих других странах и уже с успехом там применяются.

Но даже если постараться и составить максимально полный список российских изобретений и открытий,



Проект нового района Баку «Белый город» – образец эффективного использования бывшей промзоны.

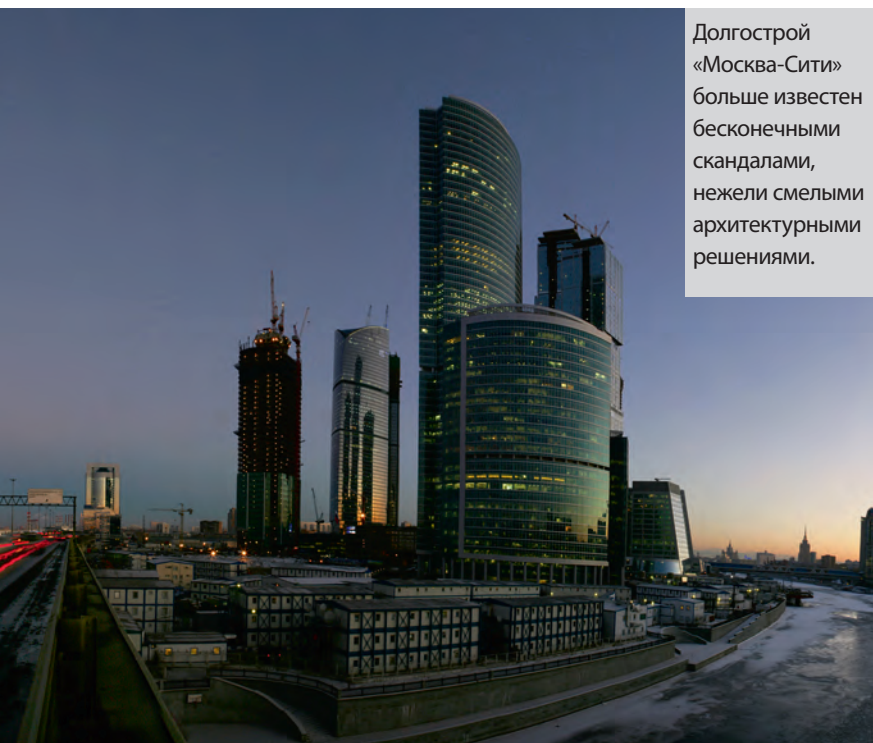
В последние годы в России стала очевидной тенденция к сокращению доли импортной продукции в строительстве.

которые могли бы использоваться строительным комплексом, он все равно оказался бы до обидного куцым и невпечатляющим по сравнению с теми материалами и строительными технологиями, что сейчас активно внедряются за рубежом.

Ученые из Нидерландов начали испытания бетона, который обладает способностью самостоятельно восстанавливать повреждения и трещины при помощи бактерий. Американская фирма View предлагает «динамические стекла», которые могут менять тонировку по команде пользователя. Немецкие химики из Центра инноваций Университета Фрайбурга разработали изоляционную пену, которая производится на основе исключительно природных компонентов и совершенно безопасна для человека, в отличие от используемого сейчас пенополистирола. Специалисты инженерной компании Alsic создали революционную технологию выпуска ультралегких композитных сэндвич-панелей из алюминия. Швейцарцы придумали новые мостовые конструкции, выполненные из дерева в оболочке из армированной смолы. При их использовании сроки строительства сокращаются в несколько раз. В Сан-Франциско открылась лаборатория, которая займется изготовлением строительных и отделочных материалов из грибного мицелия. Ученые утверждают, что мицелий может стать полноценной и доступной альтернативой стандартному пластику. Японский концерн Sharp освоил выпуск прозрачных солнечных панелей, которые можно вставлять вместо оконных стекол. Исследователи из Высшей технической школы Цюриха представили гигроскопичный кровельный материал, который во время дождя накапливает влагу, а в жару отдает её, тем самым понижая температуру в помещениях.

Наконец, профессор Университета Южной Калифорнии Бехрох Хошневиц намерен уже не строить, а «печатать» дома на 3D-принтерах, используя слои бетона, металлические материалы, провода и прочие необходимые ингредиенты. Бетон заливают в устройство – и из раствора слой за слоем формируется заданная конструкция, как в принтере, работающем с пластмассой.

Владислав ГРУБА



Долгострой «Москва-Сити» больше известен бесконечными скандалами, нежели смелыми архитектурными решениями.

Строительство

Выставка, организатор	Время проведения	Место проведения	Контакты
BAUMA Messe Munchen GmbH	15–21.04.13	Германия Мюнхен	www.messe-muenchen.de; newslines@messe-muenchen.de Тел. +49 (89) 9 492 0720; факс +49 (89) 9 492 0729
INTERNATIONAL BUILDING TRADE FAIR Belgrade Fair	16–20.04.13	Сербия Белград	www.sajam.co.rs; info@sajam.co.rs Тел. +381 11 361 8001; факс +381 11 655 625
CONSTRUCT EXPO Romexpo	18–21.04.13	Румыния Бухарест	www.romexpo.org; romexpo@romexpo.org Тел. +40 (21) 224 3160; факс +40 (21) 224 0400
IBF BVV	23–27.04.13	Чехия Брно	www.bvv.cz; info@bvv.cz Тел. +420 541 151 111; факс +420 541 153 070
BUILDINGS NY Reed Exhibitions USA	24–25.04.13	США Нью-Йорк	www.reedexpo.com; inquiry@reedexpo.com Тел. +1 203 840 4800; факс +1 203 840 5805
TURKEYBUILD ISTANBUL YEM	24–28.04.13	Турция Стамбул	www.yem.net; yem@yem.net Тел. +90 212 266 7070; факс +90 212 266 7010
TEKTONICA Feira Internacional de Lisboa	7–11.05.13	Португалия Лиссабон	www.fil.pt; fil@aip.pt Тел. +351 218 921 000; факс +351 218 921 515
GREENBUILDING Expoenergie srl	8–10.05.13	Италия Милан	www.solarexpo.com; segreteria@expoenergie.it Тел. +39 0439 849 855; факс +39 0439 849 854
DESIGNBUILD AUSTRALIA Diversified Exhibitions Australia	8–10.05.13	Австралия Сидней	www.divexhibitions.com.au; shows@divexhibitions.com.au Тел. +61 3 9261 4541; факс +61 3 9261 4545
CONSTRUMAT Fira de Barcelona	21–24.05.13	Испания Барселона	www.firabcn.es; info@firabcn.es Тел. +34 93 233 2000; факс +34 93 233 2198
HARDWARE & BUILDING MATERIALS – DUBAI Global Sources	28–30.05.13	ОАЭ Дубай	www.globalsources.com; visit@chinasourcingfair.com Тел. +852 8199 7308; факс +852 8199 7628
IBCTF – INTERNATIONAL BUILDING & CONSTRUCTION TRADE FAIR WES	28–30.05.13	Китай Шанхай	www.wes-expo.com.cn; info@wes-expo.com.cn Тел. +86 21 3222 4777; факс +86 21 6255 7740
CTT «Медиа Глоб»	4–8.06.13	Россия Москва	www.mediaglobe.ru; ctt@mediaglobe.ru Тел./факс +7 495 961 2262
INTER BUILD – EGYPT AGD	20–24.06.13	Египет Каир	www.agd-exhibitions.net; info@stonegateegypt.com Тел. +20 2 330 37257; факс +20 2 330 46007
BUILDTECHASIA Sphere Exhibits Pte Ltd.	24–26.07.13	Сингапур	www.sph.com.sg; cvince@sph.com.sg Тел. +65 6319 4038; факс +65 6319 6140
MATEXPO Matexpo	4–8.09.13	Бельгия Кортрейк	www.matexpo.com; matexpo@matexpo.com Тел. +32 056 21 0832; факс +32 056 25 7982
BAUEN & MODERNISIEREN Zt Fachmessen AG	5–8.09.13	Швейцария Цюрих	www.fachmessen.ch; info@fachmessen.ch Тел. +41 056 225 2383; факс +41 056 225 2373
BAUMA AFRICA Messe Munchen GmbH	18–21.09.13	ЮАР Йоханнесбург	www.messe-muenchen.de; newslines@messe-muenchen.de Тел. +49 89 949 20720; факс +49 89 949 20729
BUILDING MAINTENANCE & ASSET MANAGEMENT EXPO ASIA Impact Exhibition Management Co., Ltd.	19–21.09.13	Таиланд Бангкок	www.impact.co.th; info@impact.co.th Тел. +66 (0) 2833 5120; факс +66 (0) 2833 5127 9
STROYTECH – THE CITY International Fair Plovdiv	30.09 – 5.10.13	Болгария Пловдив	www.fair.bg; fairinfo@fair.bg Тел. +359 (0)32 903 600; факс +359 (0)32 902 432
TURKEYBUILD IZMIR YEM	3–6.10.13	Турция Измир	www.yem.net; yem@yem.net Тел. +90 212 266 7070; факс +90 212 266 7010
CEP BUDAPEST REECO GmbH	9–10.10.13	Венгрия Будапешт	www.reeco.eu; redaktion@reeco.eu Тел. +49 7121 3016 0; факс +49 7121 30 16 100
BICES CNCMC	15–18.10.13	Китай Пекин	www.const-mach.com; info@e-bices.org Тел. +86 10 5222 0922; факс +86 10 5222 0900
DECK EXPO Hanley Wood Exhibitions	16–18.10.13	США Чикаго	www.hanleywood.com; rmconnell@hanleywood.com Тел. +1 972 536 6300; факс +1 972) 536 6301
BAKU BUILD Iteca Caspian LLC	23–26.10.13	Азербайджан Баку	www.iteca.az; office@iteca.az Тел. +994 12 404 1008; факс +994 12 404 1001
КРАСИВЫЕ ДОМА World Expo Group	31.10 – 3.11.13	Россия Москва	www.archi-expo.ru; ivr@weg.ru Тел./факс +7 495 730 5591
BATIMAT FRANCE Reed Expositions France	4–8.11.13	Франция Париж	www.reedexpo.fr; info@reedexpo.fr Тел. +33 (0)1 4756 5000; факс +33 (0)1 4756 5100
GREENBUILD EXPO USGBC	20–22.11.13	США Филадельфия	www.usgbc.org; support@register.greenbuildexpo.org Тел./факс +1 202 742 3792
ЦЕМЕНТ. БЕТОН. СУХИЕ СМЕСИ «АлитИнформ»	27–29.11.13	Россия Москва	www.expocem.ru; info@alitinform.ru Тел. /факс +7 495 580 5436; +7 812 380 6572
THE BIG 5 SHOW dmg world media Dubai Ltd.	25–28.11.13	ОАЭ Дубай	www.dmgeventsme.com; info@dmginfo.com Тел. +971 4 438 0355; факс +971 4 438 0361
CONSTRUCT CANADA Informa Canada	4–6.12.13	Канада Торонто	www.informa.com; info@iidexneocon.com Тел. +1 416 944 3350; факс +1 416 921 2707

ЕСТЬ МИЛЛИАРД!

13 декабря 2012 г. мировая туристская общественность отметила эпохальное событие – прибытие миллиардного иностранного туриста. Им оказалась миссис Дейл Шеппард-Флойд из Великобритании, приехавшая в Мадрид. Удачливую туристку встречал министр промышленности, энергетики и туризма Испании Хосе Мануэль Сориа, Генеральный секретарь Всемирной туристской организации Талеб Рифаи и другие.

Празднество по столь важному поводу состоялось в самой посещаемой туристами достопримечательности Мадрида – музее Прадо.

Всё происходившее было заранее подготовленным и чисто символическим актом. Понятно, что в действительности отследить, кто именно и куда придет в качестве миллиардного туриста не представится возможным. Ежеминутно во всем мире регистрируется огромное количество пересекающих границы людей. Многие путешествуют по несколько раз в год и не в одну страну. Статистика же учитывает именно прибытия, а не конкретных людей. И как раз статистика показала, что в 2012 г. произойдет знаменательное событие – некий миллиардный турист пересечет границу какой-то страны.

В 2011 г. число международных туристских прибытий достигло 990 млн. Принимая во внимание прогнозированный в 2012 г. рост на 3–4%, Всемирная туристская организация (ЮНВТО) сделала вывод, что годовой показатель впервые может достигнуть отметки в 1 млрд к декабрю 2012 г. В августе, когда число международных туристов перевалило за 705 млн, стало ясно, что расчеты верны. ЮНВТО определила дату 13 декабря как символическую, чтобы отметить прибытие миллиардного туриста, и развернула мощную рекламную кампанию под названием «Миллиард туристов – миллиард возможностей». Она была нацелена на стимулирование и пропаганду туризма как двигателя экономики, устойчивого развития, роста экспортного потенциала страны.

Были объявлены многочисленные конкурсы среди туристов, победительницей стала вышеупомянутая англичанка.

Выбор Испании в качестве страны, куда прибыл условный миллиардный турист, также не был случайным. Испания является одним из основных туристических направлений в мире, на долю туризма в этой стране приходится 11% ВВП, отрасль играет важную роль в экономическом развитии Испании и в создании новых рабочих мест. Как заявил министр Сориа, в 2012 г. Испания рассчитывала на 58 млн международных прибытий, а также на существенный рост доходов от их пребывания в стране.





Самая посещаемая туристами достопримечательность Мадрида – музей Прадо чествовал миллиардную туристку.

«Сегодня мы празднуем символическое прибытие миллиардного туриста, – сказал Генеральный секретарь Всемирной туристской организации Талеб Рифаи на торжественной церемонии. – Им оказалась жительница Великобритании, приехавшая в Мадрид на три дня. За это время она познакомится с новой для себя культурой, встретит новых людей. Своим пребыванием здесь она поддержит местную экономику и поможет сохранить рабочие места официантам, служащим гостиниц, гидам, водителям такси, продавцам в магазинах – всем тем, кто работает в сфере туризма, кто прямо или косвенно связан с обслуживанием прибывающих в страну иностранцев. Если позитивное воздействие одного туриста умножить на миллиард, станет понятно невероятное значение достигнутого рубежа».

Праздник продолжался и за стенами Прадо – на знаменитой Плаза Майор все желающие гости города могли оставить свою фотографию на гигантском панно «Лица миллиарда», установленном специально для этого. Эта акция напоминала туристам о том, что каждый из них является частью этого миллиарда, и что каждый из них – важен.

Многие страны мира 13 декабря тоже торжественно встречали прибывающих в их страну в этот день туристов.

По данным ЮНВТО, на долю международного туризма приходится 5% мирового ВВП, 6% от общего объема экспорта, он обеспечивает работой каждого 12-го человека. Неудивительно, что страны мира борются за туриста, уделяют огромное внимание повышению своей туристической привлекательности.

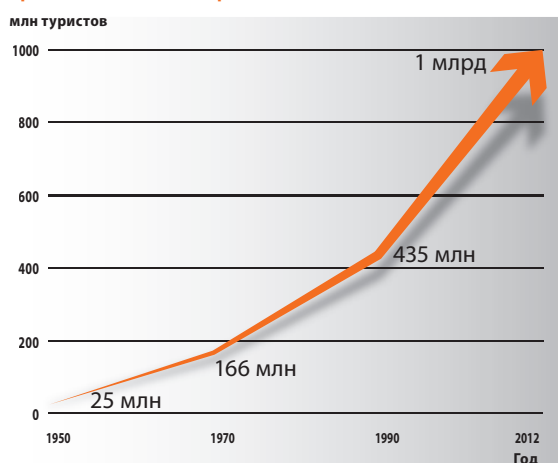
ЮНВТО считает необходимым, несмотря на экономические трудности, стимулировать спрос на путешествия, а для этого призывает правительства упрощать туристские формальности. Это та область, в которой, несмотря на уже достигнутые успехи, еще многое надо сделать. ЮНВТО рекомендует максимально широко использовать информационные и коммуникационные технологии для совершенствования процедуры подачи заявления, сокращения сроков оформления и выдачи виз, а также считает нужным проанализировать возможное влияние



В 2011 г. доходы от международного туризма, включая международный пассажирский транспорт (туристский экспорт), составили 1,2 трлн долл., или около 6% от общего объема мирового экспорта товаров и услуг.



Международные туристические прибытия в мире



Выставка «Интурмаркет» давно зарекомендовала себя как важнейшее событие на рынке туристических услуг России. К ней проявляют неизменный интерес страны, являющиеся наиболее популярными и массовыми направлениями отдыха россиян.

Статистика выставки «Интурмаркет»

	2012 г.	2013* г.
Площадь, тыс. кв. м	29	29,1
Участники	1300	1400
Страны и регионы	140	143
Посетители (тыс. чел.)	76	80

*Предварительная оценка организаторов.

упрощения туристских формальностей на расширение экономики туризма.

В борьбе за каждого туриста и его деньги Россия пока отстает – она бьет рекорды по вывозу туристических денег за границу. Деньги российского туриста работают на развитие чужих экономик. По данным Всемирной туристской организации, за первые 6–9 месяцев 2012 г. среди 10 ведущих международных рынков по расходам на путешествия за границу наиболее существенный рост расходов был зарегистрирован в Китае (30%) и России (15%). Что касается доходов от туризма, то среди 10 стран-лидеров наиболее преуспели Гонконг (Китай) – 17%, США – 8% и Германия – 7%.

Развитию в России туризма, в том числе и внутреннего, безусловно, будет способствовать VIII Международная туристская выставка «Интурмаркет-2013», организуемая компанией «Экспотур», которая состоится с 16 по 19 марта 2013 г. в МВЦ «Крокус Экспо». Выставка устраивается при поддержке Федерального агентства по туризму и Комитета по туризму и гостиничному хозяйству г. Москвы. Стратегическим российским партнером выставки является на этот раз Алтайский край, а страной-партнером – Китай.

Выставка давно зарекомендовала себя как важнейшее событие на рынке туристических услуг России. К ней проявляют неизменный интерес страны, являющиеся наиболее популярными и массовыми направлениями отдыха россиян. Свое широкое участие подтвердили Турция, Греция, Болгария, Египет, Тунис, Кипр, Испания и многие другие страны. Интересным обещает стать участие стран СНГ – Украины, Белоруссии, Узбекистана, Казахстана, Молдовы и др.

Как всегда привлекательной и яркой, будет российская региональная экспозиция, которая пройдет под лозунгом: «Время отдыхать в России!». Свои стенды представят подавляющее большинство регионов от Калининграда до Владивостока.

Любая экспозиция – это не только демонстрация своих возможностей, но и серьезное деловое мероприятие. Не исключение и «Интурмаркет». В рамках деловой программы здесь пройдут обучающие семинары, международная конференция по безопасности детского туризма, конференция по IT-технологиям в туризме, семинар ЮНВТО по проблемам индустрии гостеприимства и много других интересных событий. В рамках выставки вновь будет организована специализированная программа деловых встреч «Профессиональный покупатель/Hosted Buyers», которая уже стала ее «визитной карточкой». Суть программы – в целенаправленном привлечении профессиональных посетителей из регионов РФ для развития внутреннего и въездного туризма в РФ.

Успех предстоящей выставки не вызывает сомнений. Но хотелось бы большего: чтобы создаваемый ею импульс развития привел к ощутимым результатам и чтобы двухмиллиардный международный турист высадился именно в России.

Ирина МУРАВЬЕВА

МОСКОВСКОЕ ТЮНИНГ ШОУ

Москва
МВЦ «Крокус Экспо»
III павильон
зал №14

25-28
апреля
2013 года



МВЦ «Крокус Экспо»: 65-66 км МКАД (пересечение МКАД и Волоколамского шоссе)
ст. м. «Мякинино» (выход на территорию выставочного центра)

тел.: +7 (495) 727-26-31, www.tuning-show.ru

12+

Организатор:

Крокус Экспо
Международный выставочный центр

Генеральный
информационный партнер:



Официальные
информационные партнёры:

Зарулем **АВТОМОБИЛИ** **АВТО** панорама **ТЕСТ-ДРАЙВ**

Информационный партнёр:

5КОЛЕСО

Генеральный
интернет-партнер:

auto.ru
информация о России

С КОМФОРТОМ ПО ЖИЗНИ

Из какой посуды вкуснее есть, какие шторы задёргивать и какие жалюзи поднимать? Какого размера и формы должен быть обеденный стол? Каким быть дверным ручкам, столовым приборам и скатертям? Каждая семья даёт свои ответы на эти вопросы, ведь от этих деталей и мелочей зависит атмосфера спокойствия и уюта в доме.



Российский рынок товаров для дома

Годы	2009	2010	2011	2012	2013*	2014*	2015*
Емкость (млрд руб.)	155	175	220	260	300	340	380
Динамика (%)	-14	13	25	18	15	13	12

* Прогноз

Источник: аналитическое агентство INFOLine.

Декоративные элементы, чувство стиля, тщательно выверенные пропорции – всё это очень важно для того, чтобы свой дом или квартира радовали глаз и душу, чтобы туда хотелось возвращаться. Умело подойти к выбору начинки для своего дома поможет весенний парад выставок в МВЦ «Крокус Экспо». С 21 по 24 марта 2013 г. здесь состоится целая серия взаимодополняющих мероприятий, каждое из которых так или иначе ориентировано на товары для дома.

LuxuryHITS (Luxury & High Interior Trade Show) – международная выставка «высокого интерьера», на которой представлены мебель, кухни, посуда, освещение, текстиль, предметы интерьера и аксессуары для дома премиум-класса. Это единственное в России подобное мероприятие, где любители и знатоки роскоши могут познакомиться с последними тенденциями в сфере дизайна, интерьера и декора, а также послушать советы всемирно известных «гуру» в этой области.

Stylish Home. Objects & Tableware – это также выставка товаров премиум-класса, представляющая разнообразный ассортимент посуды, предметов интерьера и декорирования стола, подарков, освещения, текстиля и аксессуаров. Организатор обоих мероприятий – компания «ИнтерДеко Экспо».

HouseHold Expo – выставка посуды, подарков, хозяйственных товаров и принадлежностей для дома. На ней широко представлены такие изделия, как фарфор и фаянс высокого качества; всевозможная посуда – от пластиковой до хрустальной, а также посуда из нержавеющей стали, необходимая в любом хозяйстве; простые и изысканные предметы интерьера для украшения дома, домашний текстиль для создания уюта, хозяйственные товары для ежедневного использования, подарки и сувениры от отечественных и зарубежных производителей.

Outdoor Dacha – выставка товаров для дачи и отдыха за городом. Ведущие производители и поставщики представят садовую и кемпинговую мебель, устройства для гриля и барбекю, аксессуары для бани и сауны, садово-огородный инструмент и хозяйственный инвентарь, средства малой механизации, системы полива, новые элементы декоративного оформления сада и многое другое.

Christmas Box. Podarki – выставка товаров подарочной индустрии. Она объединяет на одной площадке ведущих производителей, поставщиков и заказчиков подарков, сувениров, новогодней и праздничной продукции.

Организатором трех мероприятий является компания «МОККА Экспо Групп», которая проводит их при содействии ГК «Майер Джей Групп».

В эти же дни в «Крокус Экспо» состоятся узкоспециализированная выставка Noreca Leto и форум Noreca. Just Noreca, которые организует также «МОККА Экспо Групп». Это новое мероприятие в формате B2B для специалистов индустрии гостеприимства. Они станут местом встречи представителей гостиничного и ресторанного бизнеса с производителями и поставщиками мебели, предметов декора и интерьера, оснащения и услуг для ресторанов, кафе, баров, клубов, гостиниц, малых отелей, санаториев и пансионатов. В рамках форума Noreca. Just Noreca пройдут семинары, «круглые столы», дегустации, демонстрации оборудования и технологий, мастер-классы для профессионалов.

Ирина КОНДРАШОВА

ИНДУСТРИЯ ЗДОРОВЬЯ

(инновационные технологии – в практику)

Что: *6-й международный
медицинский форум / выставка*

Где: *МВЦ «Крокус Экспо»
11 наб. Сев. вост. зал №6*

Когда: *с 22 по 25 апреля 2013 года*

Показания:

Региональные органы здравоохранения
Ведомственные медицинские учреждения
Медицинские академии и институты
Научные комплексы и НИИ
Медицинские и фармацевтические предприятия
Разработки технических вузов для медицины
Зарубежные фирмы и компании



12+

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

Дирекция форума/выставки: +7 (495) 987-31-63
E-mail: rychkov@crocus-off.ru

www.iz-expo.ru

Организатор:

 **КРОКУС ЭКСПО**
Международный выставочный центр

Информационный партнер
МВЦ «Крокус Экспо»:



АЗИЯ ВПЕРЕДИ

Способность экономик ведущих азиатских стран противостоять кризисам, быстро восстанавливаться и вновь набирать силу существенно отличает их от ситуации в других частях света. Выставочный бизнес, будучи одновременно и зеркалом, и двигателем экономики, отражает сложившееся положение: если в Европе в течение пяти лет наблюдалась стабилизация, а чаще – падение основных показателей выставочной индустрии, в Азии, напротив, продолжался ее рост.

Говорить о выставочном рынке Азии в целом сложно, слишком уж велики различия между странами. Львиную долю положительной динамики обеспечивает Китай, где имеется почти 5 млн кв. м выставочных площадей и комплексы продолжают строиться. В то же время соседняя Индия может предоставить лишь 300 тыс. кв. м, а Индонезия – чуть больше 40 тыс. кв. м.

По данным UFI, опубликованным в декабре 2012 г. в работе Global Exhibition Industry Statistics, рост арендованной выставочной площади (закрытой и открытой) в странах Азии по сравнению с показателями 2006–2007 гг. вырос на 13% – с 7779 до 8781 кв. м (в Европе за тот же период наблюдалось падение, причем на те же 13%). Оборот одной выставки в среднем составил 2 млн долл.

По тем же данным, в странах Азии и Тихоокеанского региона имеется 184 выставочных комплекса площадью свыше 5 тыс. кв. м. В целом они располагают 6,6 млн кв. м (20% от общемирового показателя).

С 2006 по 2011 г. Китай обеспечил 46% прироста выставочных площадей в мире.

В период 2006–2011 гг. объем выставочных площадей комплексов «пятидесятыхников» вырос здесь на 38%. Для сравнения: в Европе аналогичный показатель составил 7%, в Северной Америке – 5%.

Безусловным лидером выставочной индустрии Азии остается Китай: в 2011 г. на него пришлось 69% общей площади выставочных центров, а также 57% арендованной площади нетто. Следующими (по





обоим показателям с одинаковыми цифрами) идут Индия с 5% и Индонезия – с 1%.

Согласно данным последнего исследования UFI – Global Exhibition Barometer, в 2012 г. 41% выставочных компаний Азиатского и Тихоокеанского регионов увеличили свою прибыль более чем на 10%, о стабильном развитии заявили представители 48% компаний, и лишь 11% зафиксировали убытки свыше 10% (в сравнении с предыдущим годом).

При этом настроение игроков рынка достаточно оптимистично. В увеличении прибыли в первой половине 2013 г. уверены 57% респондентов, во втором полугодии – 60% (по сравнению с теми же периодами 2012 г.). При этом количество компаний, предполагающих снижение прибыли более чем на 10%, падает: с 15% в первом полугодии до 5% во втором.

КИТАЙ

Из азиатских государств только Китай входит в число 15 ведущих стран, владеющих 80% выставочных площадей мира. В этом списке, по данным за 2011 г., он занимает второе место после США, обладая 4 755 102 кв. м закрытой экспозиционной площади.

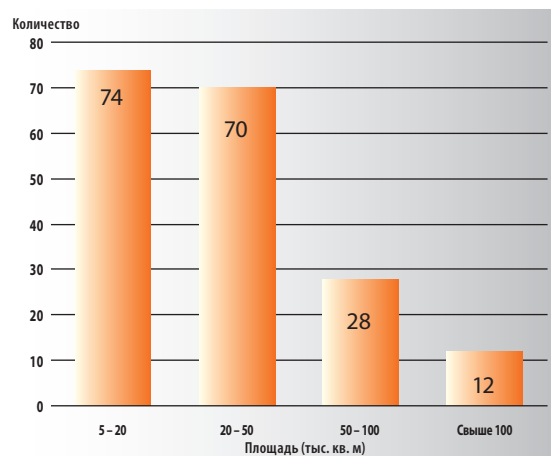
В исследовании UFI, посвященном развитию выставочной индустрии Азии, говорится, что с 2006 по 2011 г. объем выставочных площадей в Китае увеличился на 48%, при этом на ввод в строй новых комплексов пришлось 69% общего роста, на реконструкцию ранее существовавших площадок – 31%. В целом за этот период страна обеспечила 46% всего мирового прироста выставочных площадей.

В число 15 крупнейших выставочных комплексов планеты входят две китайские площадки: Guangzhou International Convention Exhibition Center – Pazhou Complex (Гуанчжоу, 338 тыс. кв. м) и Shanghai New International Expo Center (Шанхай, 200 тыс. кв. м). Всего в стране насчитывается около 150 выставочных центров, на которых в течение года проходит около 2 тыс. выставок.

Успехи Китая на «выставочном фронте» не могут не впечатлять. По данным UFI, с 2007 по 2011 г. объем арендованной площади в стране вырос на 30%, доходы выставочной индустрии – на 26% (в 2008 г. – на 19%, в 2009 г. – на 1%). Совокупные среднегодовые темпы роста по этим показателям составили соответственно 6,7% и 5,9%. В течение года экспоненты арендовали 8,7 млн кв. м, доходы выставочных компаний составили 1,4 млрд долл.

Согласно данным Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI), в 2011 г. в Азии прошло 1869 выставок, на которых экспоненты арендовали 15,7 млн кв. м. На одну выставку пришлось 8413 кв. м площади нетто.

Распределение выставочных площадок Азии по размерам



Источник: Global Exhibition Industry Statistics, UFI, December, 2012.

В странах Азии и Тихоокеанского региона имеется 184 выставочных комплекса площадью свыше 5 тыс. кв. м. В целом они располагают 6,6 млн кв. м (20% от общемирового показателя).



Pacific Convention Plaza Yokohama в Йокогаме

ЯПОНИЯ

По данным AUMA, в Японии ежегодно проходит свыше 300 выставок, продается до 2 млн кв. м площади нетто, одна выставка в среднем занимает 6 тыс. кв. м. Япония отличается первоклассной промышленной инфраструктурой, в том числе и выставочного бизнеса. Здесь имеется 12 международных выставочно-конгрессных комплексов общей площадью примерно 350 тыс. кв. м. Все они отвечают мировым стандартам. В первую очередь речь идет о Tokyo Big Sight (Токио), Makuhari Messe (Чива), Pacific Convention Plaza Yokohama (Йокогама) и INTEX Osaka (Осака). Большая часть выставок носит национальный характер (основная часть экспонентов и посетителей – японцы), тем не менее они привлекают огромный интерес специалистов высокотехнологичных компаний из-за рубежа, поскольку ведущие японские выставки являются глобальными смотрами инноваций и технологий. Основные тематики, быстро развивающиеся в последние годы: робототехника, нанотехнологии, биотехнологии, возобновляемые источники энергии, энергоэффективность.

Нет сомнений, что все эти достижения обусловлены, прежде всего, определяющей ролью государства в развитии и регулировании выставочной отрасли.

По данным генерального директора компании «Дальэкспоцентр» (Владивосток) Веры Ермиловой, для выставочной индустрии Китая характерны жесткие административные меры по координации выставочной работы и особая финансовая политика (выделяются огромные средства для проведения выставок внутри страны и за рубежом). По мнению В.Ермиловой, главные слагаемые успеха – это государственная политика поддержки выставок для развития кооперации, регионального сотрудничества и продвижения китайской продукции на экспорт; бюджетное финансирование; принцип «каждому городу – выставочный центр»; принцип «индивидуальный выставочный проект – бренд города»; координация и контроль; отчетность.

Во всех регионах, кроме Гонконга, местные правительства играют определяющую роль в развитии выставочной деятельности. Речь идет о строительстве современных комплексов, планировании и координации мероприятий, непосредственном руководстве оргкомитетами и дирекциями выставок.

Более того, в Китае ведущие выставки различной тематики четко распределены между выставочными площадками (автопром – Чаньчунь, строительное оборудование – Шанхай, строительные материалы – Пекин, экспорт-импорт – Гуанчжоу и пр.). Перед каждым центром четко поставлены цели и задачи. Никто друг другу не перебегаёт дорогу.

В итоге, как пишет В.Ермилова, выставочный бизнес оказывает существенное влияние на модернизацию экономики отдельных городов, провинций и всей страны.

ИНДИЯ

В отличие от Китая, развитие выставочной индустрии Индии до сих пор ограничено отсутствием современных комплексов. Общая вместимость всех выставочных площадок огромной страны с населением свыше 1,2 млрд человек оценивается в 300 тыс. кв. м. В течение года экспоненты арендуют здесь около 800 тыс. кв. м, доходы выставочной индустрии оцениваются в 174 млн долл.



Tokyo Big Sight в Токио

Тематика азиатских выставок*

Тематика	Доля по площади нетто, %	Доля по количеству экспонентов, %
Потребительские товары и оптовая торговля	19	10
Строительство, здания и сооружения, дом и ремонт	16	9
Промышленность, тяжелое машиностроение и оборудование	14	18
Потребительские услуги, образование, спортивные товары, путешествия, развлечения	14	14
Электроника, IT-индустрия, телекоммуникации	11	11
Транспорт	7	7
Продукты питания и напитки, гостиничное хозяйство	6	9
Медицина и здравоохранение	5	7
Сельское хозяйство, лесная промышленность, рыбная отрасль, энергия, нефть, газ, химия	3	5
Бизнес-сервис, финансовые и юридические услуги, недвижимость	3	5
Охрана, безопасность, пожаротушение	2	4

* Приведенные цифры отражают не весь азиатский рынок. Учтены лишь выставки формата B2B и B2B/B2C (смешанные), их доля в процентах от общей площади нетто, арендованной на всех выставках региона, составляет 72%. Потребительские ярмарки формата B2C не учитывались.

Источник: Global Exhibition Industry Statistics, UFI, December, 2012.

По сравнению с 2007 г. в 2011 г. площадь выставочных центров в Индии увеличилась на 12%, объем арендованной площади – на 23%, доходы выставочной индустрии – на 6%. Совокупные среднегодовые темпы роста по этим показателям, согласно данным Обзора выставочной индустрии Азии, подготовленного UFI, составили соответственно 2, 5 и 1%.

По данным экспертов Ассоциации немецких торговых ярмарок AUMA, большая часть международных выставок проходит в столице – Нью-Дели, тем не менее ни в этом городе, ни в экономическом сердце страны Мумбаи до сих пор нет современных выставочных комплексов, отвечающих мировым стандартам, где могли бы проходить крупные международные смотры.

Ведущие выставочные комплексы Индии: Pragati Maidan Exhibition Center (Нью-Дели, 72 тыс. кв. м) и Bombay Convention & Exhibition Centre – BCEC (Мумбаи, 45 тыс. кв. м).

Как говорится в исследовании выставочного рынка Индии, подготовленного AUMA в декабре 2012 г., организация прибыльной выставки в Индии – дело куда более сложное, чем в Гонконге, Японии, Китае или Таиланде. Средний доход от арендованной площади на выставке в Индии в 2011 г. был примерно вдвое ниже, чем в Китае. Основными факторами дополнительных затрат являются различные виды специальных налогов, которые должны платить организаторы всех выставочно-ярмарочных мероприятий, неважно, о чем идет речь, – о международной выставке с мировым именем или местной ярмарке потребительских товаров в формате B2C.

Выставочный бизнес активно развивается во многих странах региона – Республике Корея, Пакистане, Таиланде, Вьетнаме, Малайзии и т.д. Тем не менее главным «локомотивом» этого процесса был и остается Китай, где выставочная индустрия планируется и регулируется государством.

В странах с либеральной рыночной экономикой положение иное – там пока трудно найти серьезных инвесторов, готовых вложить средства в строительство комплексов и развитие инфраструктуры. Однако глобальная конкуренция требует от соседей Китая принять вызов, и, судя по всему, в ближайшее десятилетие он будет принят – эксперты говорят о большом выставочном потенциале новых «азиатских тигров».

Александр БЕЛЯНОВСКИЙ,

«ИнформЭКСПО» – специально для журнала «Бизнес и Выставки»



ИНДОНЕЗИЯ

По оценке экспертов, Индонезия имеет огромный потенциал роста. Ожидается, что к 2030 г. это будет 7-я по величине экономика в мире (сегодня – 16-я). Тем не менее выставочная индустрия здесь развита крайне слабо.

Как свидетельствуют данные Обзора выставочной индустрии Азии (UFI, 2011 г.), в 2007–2011 гг. площадь выставочных комплексов в стране увеличилась на 77%, доходы выставочной индустрии – на 14%, объем арендованной площади упал на 5%. Совокупные среднегодовые темпы роста (падения) по этим показателям составили соответственно 12, 3 и –1%.

Несмотря на внушительный процентный рост выставочных площадей, на самом деле в наличии имеется лишь 42,2 тыс. кв. м – показатель для столь большой страны просто ничтожный. Ведущий выставочный центр страны Jakarta International Expo (JIExpo) находится в столице и может принять выставки общей площадью до 26 тыс. кв. м.

В увеличении прибыли в первой половине 2013 г. уверены 57% выставочных компаний Азиатско-Тихоокеанского региона, принявших участие в опросе. На рост во втором полугодии рассчитывают 60% компаний.



РОТШИЛЬДЫ:

Майер Амшель Ротшильд, который родился в середине XVIII в. во Франкфурте-на-Майне, построил семейный банковский бизнес и создал собственную финансовую империю, существующую и поныне. Многие считают, что Ротшильды до сих пор правят миром, оставаясь одной из самых могущественных финансовых групп.



КРАСНЫЙ ЩИТ

Меняла и ювелир Амшель Мозес Бауэр, чья лавка находилась между городской стеной и рвом в еврейском квартале Франкфурта-на-Майне, вряд ли предполагал, что родившийся у него в 1744 г. сын Майер Амшель станет основоположником крупнейшей в мире финансовой империи.

Когда Майеру исполнилось 12 лет, его отправили в Ганновер на обучение в банк Оппенгеймера. Там он постиг секреты финансового дела, познакомился с монетами германских княжеств, научился определять подделки и выгодные обменные курсы.

После смерти родителей в 1760 г. 16-летний Майер вернулся во Франкфурт и продолжил отцовское дело: занялся обменом и продажей монет и медалей. Очень скоро он стал известен среди любителей старины. Скопив деньги, Майер открыл собственную антикварную лавку, в ней же можно было поменять деньги одних германских княжеств на другие. Так возник первый банк Ротшильдов. Отцовская ювелирная мастерская была украшена эмблемой – изображением золотого римского орла на красном щите. Со временем мастерскую так и стали называть «Красный щит» – по немецки Rot Schield. Майер Амшель Бауэр поменял фамилию на Ротшильд.

Майер постепенно расширял операции и обзаводился клиентами, владевшими большими нумизматическими коллекциями. В их число попал и Вильгельм IX, глава княжеского дома Гессен-Кассель.

Меняла и родовитый германский князь легко нашли общий язык. Майер стал пользоваться у Вильгельма полным доверием. Оно было столь велико, что, когда ландграфу пришлось покинуть княжество, спасаясь от французской армии, взыскание долгов он доверил Майеру.

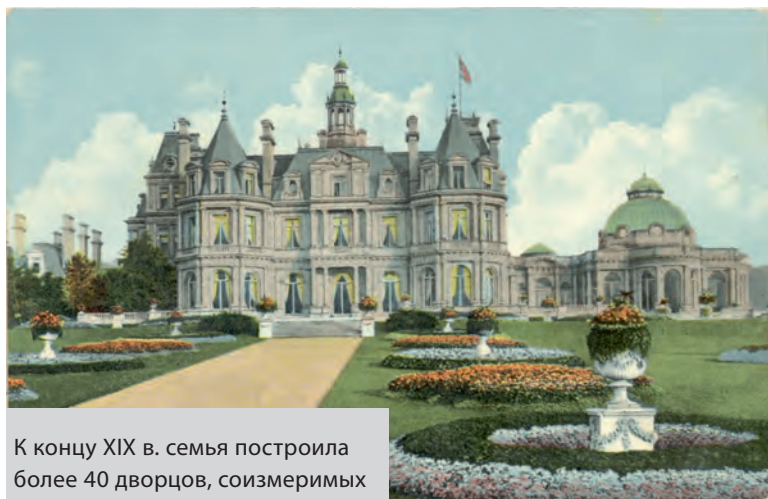
Сложность поручения состояла в том, что деньги предстояло собирать по всей Европе, а она была охвачена пожаром наполеоновских войн. Но у Майера Ротшильда к тому времени подросли пять сыновей.

МАЙЕР АМШЕЛЬ БАУЭР, РОТШИЛЬД (1744–1812)

Основатель международной династии банкиров и предпринимателей родился в еврейском квартале Франкфурта-на-Майне. Стратегия Майера Ротшильда состояла в том, чтобы сохранять контроль над бизнесом в руках династии, при этом предоставляя ее членам полную свободу действий. Представители семейства Ротшильдов вкладывали деньги в страховой бизнес: (Alliance Assurance, 1824, ныне Royal and Sun Alliance); в железные дороги (Chemin de Fer du Nord, 1845); в горнорудную промышленность и металлургию (Rio Tinto Group и Société Le Nickel, 1880). С участием Ротшильдов была основана компания De Beers, они финансировали экспедицию Сесилия Джона Родса в Африку и многое другое.



ТРАДИЦИИ И УСЕРДИЕ



К концу XIX в. семья построила более 40 дворцов, соизмеримых или превосходивших по роскоши богатейшие королевские владения.

Это были энергичные ребята, не брезговавшие ни подкупом, ни контрабандой, к тому же отличавшиеся немалой смелостью. Они не только выколотили долги, но и сумели провезти золото через все французские кордоны в двойном дне кареты, обеспечив старшему Ротшильду и благодарность Вильгельма, и солидный процент от собранной суммы.

ПЯТЬ ПАЛЬЦЕВ ОДНОЙ РУКИ

Доказав свою деловую хватку, дети получили благословение отца на самостоятельную деятельность в соответствии с его стратегическим планом. В его основе было старое правило: не класть все яйца в одну корзину, что было, безусловно, более чем мудро в передравшейся Европе, где вчерашние союзники становились смертельными врагами. Старший сын Амшель (1773–1855) остался в Франкфурте-на-Майне, Соломон (1774–1855) отправился в Вену, Натан (1777–1836) – в Лондон, Калман (1788–1855) – в Неаполь, а Джеймс (1792–1868) – в Париж. Каждый из детей открыл контору или банк, которые были связаны между собой надежной и оперативной курьерской службой. Каждый из них стал основателем отдельной ветви династии Ротшильдов.

Никакими политическими предпочтениями братья себя не обременяли. С одинаковой готовностью они брались и за снабжение наполеоновской Франции английским хлопком, табаком, сахаром, кофе, и за доставку золота армии Веллингтона. Кстати, именно Веллингтону, покончившему в битве при Ватерлоо с могуществом Бонапарта, Ротшильды обязаны своим очередным взлетом.

От итога этого сражения зависело очень многое, в том числе курс облигаций английского государственного займа на Лондонской бирже. Благодаря собственной курьерской службе Натан Ротшильд узнал о по-



На гербе Ротшильдов изображено пять стрел, соединенных цепочкой, что символизирует союз пяти сыновей Майера Ротшильда («Как стрелы в руках воина», Пс. 126). Ниже на гербе на латыни написан семейный девиз: «Concordia. Integritas. Industria» («Согласие. Честность. Трудолюбие»).

Имя Ротшильдов стало синонимом богатства, семья знаменита коллекциями искусства, дворцами и благотворительностью.



К настоящему времени остались только две ветви Ротшильдов – английская (от Натана) и французская (от Джеймса), остальные пресеклись (основатель франкфуртской ветви Амшель Майер умер бездетным в 1855 г., неаполитанская ветвь пресеклась в мужском колене в 1901 г., в женском – в 1935 г., австрийская ветвь пресеклась в мужском колене в 1980 г., в женском ещё существует).



Веллингтону, покончившему в битве при Ватерлоо с могуществом Бонапарта, Ротшильды обязаны очередным взлетом.

Заветы Майера Амшеля Ротшильда своим детям

№1

Все важные посты в бизнесе должны занимать только члены семьи; участвовать в делах могут только потомки мужского пола; наследовать — только прямые наследники мужского пола.

№2

Мужчины семьи должны жениться на своих двоюродных или троюродных сестрах, чтобы накопленное имущество осталось внутри семьи и служило общему делу. Дочери должны выходить замуж за аристократов, сохраняя свою веру.

№3

Имущество семьи не описывать, размер состояния не оглашать. Даже в суде или в завещании. Споры между братьями разрешать внутри семьи, сохраняя единство дома.

№4

Жить в согласии, любви и дружбе, делить прибыль поровну.

№5

Никогда не забывать, что скромность ведет к богатству.

№6

Кто владеет информацией, тот владеет миром.

№7

беде на восемь часов раньше правительства Великобритании и, естественно, остальных биржевиков. Получив известие, он поспешил на биржу. Все глаза были устремлены на него, т. к. все знали, что у Ротшильдов непревзойденная сеть информаторов. Натан с расстроенным видом начал продавать облигации. «Веллингтон разбит» — решила биржа, и курс облигаций стал снижаться, пока не скатился до минимума. Вот тут достойный сын Майера Бауэра и принялся их скупать. Один из летописцев династии Ротшильдов Фредерик Мортон спекуляцию Натана прокомментировал следующим образом: «Не поддается учету, сколько замков, скаковых конюшен, картин Ватто и Рембрандта заработал он для своих потомков в этот день».

После падения Наполеона банкирский дом Ротшильдов осуществил выплату Лондону, Вене и Берлину французских репараций в сумме 120 млн фунтов. Кроме того, через их же руки потекли финансовые средства, которые английское правительство предоставило Вене в качестве материальной компенсации за потери в войне против Наполеона.

Такие услуги не забываются, и австрийцы в 1817 г. дали понять Ротшильдам, что они могут рассчитывать на награду из рук императора. Предполагалось осчастливить банкиров табакеркой с бриллиантами или еще каким-нибудь пустячком. Те в ответ дали понять, что бриллиантов у них и без того хватает, а вот против пожалования им дворянства возражать бы не стали.

Венский двор такими претензиями был шокирован. Даровать евреям Ротшильдам дворянское звание было выше их сил. Однако личный заём в 900 тыс. золотых флоринов под низкий процент австрийскому министру иностранных дел — всесильному Клеменсу фон Меттерниху чудесным образом решил все проблемы.

Примечательно, что Ротшильды, будучи евреями, были записаны в дипломе менялами, в то время как финансисты христианской веры именовались банкирами. Обычно придворные финансисты вскоре после получения дворянства добивались титула барона, поэтому Ротшильды тоже ходатайствовали о присвоении им этого звания. В 1822 г. их прось-

Считается, что на протяжении всего XIX столетия Ротшильды имели самое крупное состояние в мире за всю современную историю.

Общее состояние группы в 2012 г. оценивалось в 1,7 трлн долл., хотя личное состояние ни одного из членов семьи не превышает 1 млрд долл.

ба была удовлетворена. Теперь члены семейства могли использовать фамильную приставку «де» или «фон» Ротшильд, как указание на аристократическое происхождение. На этот раз пять братьев были прямо названы банкирами. Им был дарован титул баронов, «учитывая заслуги, оказанные государству», обращаться к ним следовало с почтительным словом «Ваше благородие». Их герб был украшен девизом: «Concordia. Integritas. Industria» («Согласие. Честность. Трудолюбие»). Этот девиз полностью выражал единение братьев, их неутомимое усердие.

Возведение в дворянство изменило стиль жизни Ротшильдов. Они приобрели роскошные дворцы, стали давать великолепные обеды, на которые съезжались представители аристократических кругов и титулованные особы из многих стран. Позже, в 1885 г., Натан Майер Ротшильд II, представитель английской ветви династии, впервые стал лордом и был первым евреем, который вошел в Палату лордов.

Девицы из рода Ротшильдов теперь выходили замуж за представителей высшего света. Дочь Натана стала женой лорда Саутгемптона. Его племянница – супругой графа Розбери. Неаполитанские Ротшильды породнились с герцогом Грамоном.

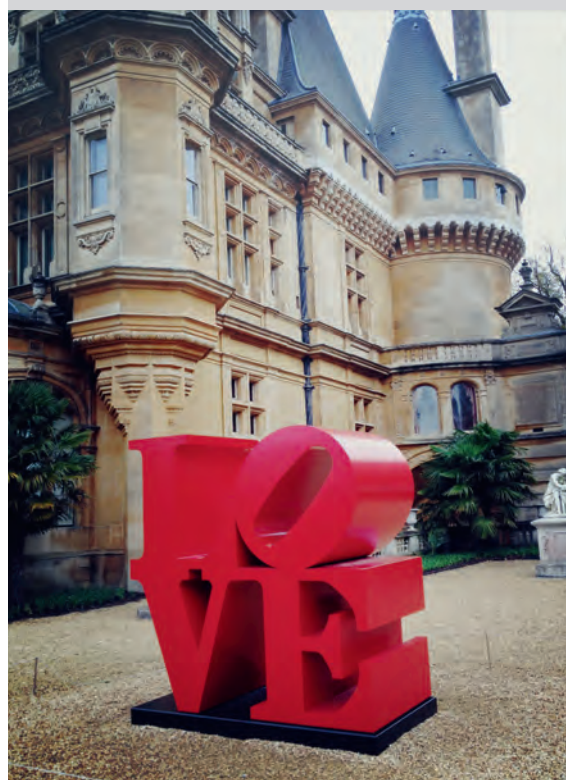
Во второй половине XIX в. Ротшильды обрели такое могущество, что имели возможность контролировать чуть ли не каждый крупный инвестиционный проект в Европе. Они вкладывали огромные средства в строительство железных дорог, в возведение заводов и фабрик, в создание новых отраслей и производств. Но главный доход они по-прежнему получали от торговли деньгами. И в этой сфере благодаря близости к королевским домам и правительствам у них конкурентов не было.

14 ноября 1875 г. премьер-министр Англии, граф Дизраэли, получил известие, что вице-султан Египта Исмаил-паша готов продать принадлежащие его стране 46% акций Суэцкого канала за 4 млн фунтов. Шанс был уникальный: выложив требуемую сумму, Англия получала полный контроль над крупнейшей транспортной артерией мира. Но вот незадача – парламент находился на каникулах, а в его отсутствие Банк Англии не имел права предоставить правительству заём. Более того, банк сообщил премьер-министру, что заём такого размера может вызвать волнения на Лондонской бирже. Правительство решило обратиться за деньгами к Ротшильдам.

Фредерик Мортон пишет: «Когда секретарь премьер-министра вошел в комнату, Лайонел Ротшильд, сидя в кресле, ел мускатный виноград. Он продолжал лакомиться виноградом и когда посланец Дизраэли сказал ему, что английское правительство очень хотело бы завтра к утру получить займы 4 млн фунтов. Секунды две Лайонел молча разжевывал виноградные ягоды, а затем, выплюнув зернышки, сказал: «Ну что ж, получит». Двумя днями позже лондонская «Таймс» сообщила, что банкирский дом Ротшильдов перевел на счет египетского хедива 4 млн фунтов.



Некогда династия Ротшильдов обладала самой большой в мире частной коллекцией предметов искусства. Значительная часть экспонатов, находящихся сегодня в знаменитейших публичных музеях мира, подарена Ротшильдами. По семейной традиции дары были сделаны анонимно. В настоящее время Ротшильды являются крупнейшими коллекционерами современного искусства.



Новое здание штаб-квартиры Ротшильдов в Лондоне.



Семья Ротшильдов не пострадала от мирового финансового кризиса 2008 г. благодаря консервативному ведению бизнеса.



Барон Бенджамин Ротшильд: «Клиент знает, что мы не будем спекулировать его деньгами».

«МЫ НЕ ИНВЕСТИРУЕМ В СУМАСШЕДШИЕ ВЕЩИ»

С конца XIX в. династия Ротшильдов стала придерживаться сдержанного образа жизни, жертвуя многие из своих поместий, так же как и большое количество предметов искусства, на благотворительность, при этом не разглашая размер своего состояния и избегая демонстрации бросающейся в глаза роскоши.

Сегодня разветвленная сеть финансовых учреждений Ротшильдов через доли участия в капитале различных компаний имеет доступ к финансовому и промышленному капиталу практически по всему миру, включая Россию. В январе 2010 г. Натаниэль Филип Ротшильд приобрел существенную долю швейцарской трейдинговой компании Glencore, одного из крупнейших в мире поставщиков сырьевых товаров и редкоземельных материалов. Он также приобрел большую долю компании «Российский алюминий», одного из крупнейших производителей алюминия в мире.

В конце 2010 г. барон Бенджамин Ротшильд сказал, что семья не пострадала от мирового финансового кризиса 2008 г. благодаря консервативному ведению бизнеса: «Мы прошли через это, так как наши инвестиционные руководители не хотели вкладывать деньги в сумасшедшие вещи». Он добавил, что они все еще придерживаются принципов семейного бизнеса и более пристально следят за инвестициями клиентов, чем американские компании, добавив: «Клиент знает, что мы не будем спекулировать его деньгами».

Многие считают, что Ротшильды и сегодня правят миром, оставаясь одной из самых могущественных финансовых групп. Общее состояние группы в 2012 г. оценивалось в 1,7 трлн долл., хотя личное состояние ни одного из членов семьи не превышает 1 млрд долл.

**Андрей ВАСИЛЬЕВ,
Ирина МУРАВЬЕВА**

О ЧАРОВАНИИ ТИХОЙ МОСКВЫ



Недалеко от МВЦ «Крокус Экспо», в природно-историческом парке «Тушинский», расположен небольшой отель. В его названии «Гостинный дом» главное слово – «дом». Переступив порог отеля, гости попадают в теплую, домашнему уютную атмосферу. О том, почему у отеля так много постоянных клиентов и добрых друзей, рассказывает генеральный директор «Гостинного дома» Тамара ТАРАКАНОВА.

Тамара Владимировна, с каждым годом увеличивается число отелей в столице. Но ваша гостиница словно находится вне конкуренции...

– Гостиницы такого уровня, как наша, наиболее востребованы, но их, несмотря на обилие отелей в Москве, пока не хватает. Ведь гость при выборе временного жилища прежде всего обращает внимание на местоположение. Наш отель расположен в полчаса езды от аэропорта «Шереметьево», вблизи основных магистралей: МКАД, Волоколамского и Пятницкого шоссе. При этом «Гостинный дом» окружен парком, и шум транспорта не нарушает тишину заповедного уголка. Близость МВЦ «Крокус Экспо» делает нашу гостиницу привлекательной и для деловых людей, приезжающих на выставки.

Вторым важным аргументом при выборе отеля является уровень сервиса. В нашем отеле 53 номера различных категорий, от одноместных и двухместных до студий и люксов, в том числе номера для некурящих гостей и номера с отдельным входом. В номерах стильный дизайн, ЖК-телевизоры с 43 каналами вещания, междугородная и международная связь, бесплатный Wi-Fi. Есть камера хранения и сейфы, номера оборудованы электронными замками. Гостиница находится под круглосуточным видеонаблюдением. Вокруг отеля – прекрасная, ухоженная территория, для автомобилистов – бесплатная парковка.

И третье, что привлекает приезжающих, – цена. Отличный сервис в сочетании с приемлемой ценой делает наш отель одним из лучших по соотношению цены и качества предоставляемых услуг. Об этом свидетельствуют как дипломы

и награды, так и отзывы постоянных посетителей.

Важная часть пребывания гостей в отеле – это грамотно организованное питание...

– Да, к теме питания у нас особое отношение. Мы понимаем, что после рабочего дня на выставке, деловых встреч или прогулок по Москве человеку необходимо спокойно поужинать, расслабиться, подготовиться к следующему дню. Завтрак включен в стоимость проживания. Ресторан «Дворик», являющийся частью инфраструктуры отеля, – идеальное место для отдыха и досуга, а чашечку кофе можно выпить в лобби-баре отеля.

Соседство с выставочным комплексом предполагает проведение деловых мероприятий. Есть ли у отеля такие возможности?

– «Гостинный дом» по праву имеет статус бизнес-отеля, оказывая помощь в организации широкого спектра деловых и частных мероприятий. Бизнес-клиентов ждут офисные помещения и конференц-зал на 30 мест с современным оборудованием и оргтехникой. Во время переговоров можно организовать кофе-брейк, а завершить мероприятие небольшим фуршетом или банкетом. У нас для этого есть все необходимое.

В «Гостинном доме» каждый гость желанный, окружен искренней заботой и вниманием, а перечень дополнительных услуг свидетельствует о том, что его пребывание будет максимально комфортным. Мы разработали привлекательную систему бонусов и скидок. На сайте отеля теперь есть возможность онлайн-бронирования.



Интернет: www.gdom.ru

E-mail: booking@gdom.ru

Адрес: 125373, Москва,

ул. Василия Петушкова, дом 25

Тел: +7 (495) 948-98-10



PALEXPO – ТОЛЬКО

В сознании многих Женева ассоциируется прежде всего с крупнейшими и авторитетнейшими международными организациями. Но для автопроизводителей и автолюбителей всего мира Женева – это, прежде всего, место проведения Женевского автосалона, одного из самых престижных и старейших в мире.



Репутация Женевы как одной из мировых столиц выставочного бизнеса обязана автомобильному салону. Впервые он состоялся в 1905 г. и знаменит тем, что здесь выставлялись практически все марки созданных к настоящему времени автомобилей, начиная от образцов машин с двигателем на пару в начале прошлого века.

Специально для проведения III международного автосалона в 1926 г. было построено здание выставочного центра, здесь он и базировался неизменно до начала Второй мировой войны. Женевский автосалон стал первой выставкой в Европе, возобновившей свою работу в послевоенном 1947 г.

Начиная с 50-х годов прошлого века здесь стали проводиться и другие экспозиции, среди которых наиболее известны «Идеальный дом» (The Ideal Home Exhibition), выставки коммерческих автомобилей (The Commercial Vehicle Show), катеров и яхт (The Boat Show), изобретений (The Inventions Exhibition).

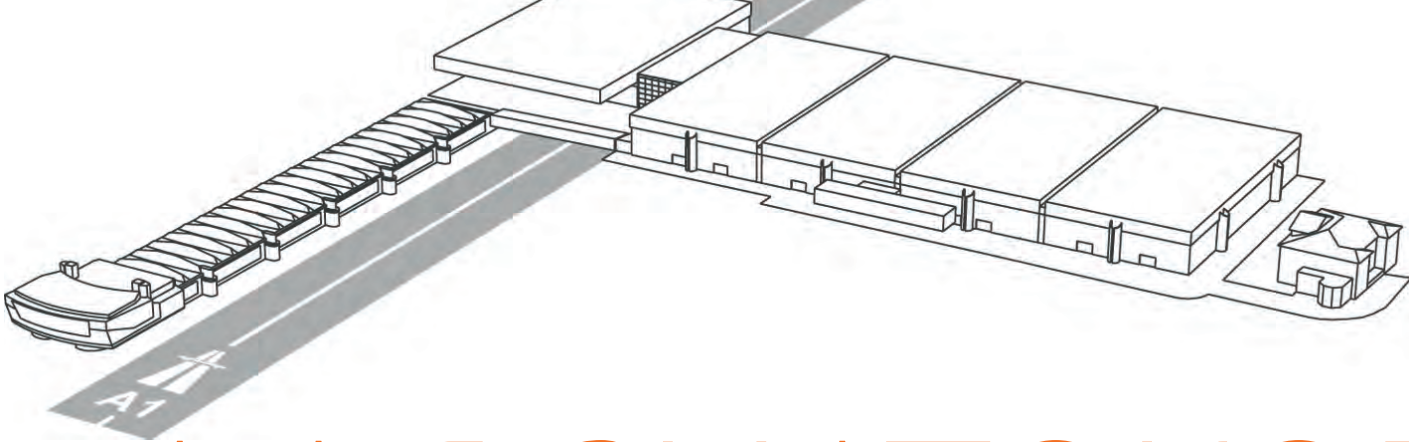
Расширение выставочной программы послужило стимулом для реконструкции зданий и развития инфраструктуры комплекса. В 1978 г. началось строительство современного выставочного центра Palexpo. После его открытия в декабре 1981 г. комплекс расширился еще трижды: в январе 1987 г. был построен павильон № 5, в феврале 1995 г. – павильон № 7 и в феврале 2003 г. – павильон № 6.

За время существования центра его общая закрытая выставочная площадь увеличилась почти вдвое: с первоначальных 58 тыс. до 108 тыс. кв. м. В состав комплекса входят 7 павильонов и 14 конференц-залов. Кроме того, Palexpo располагает еще 21 тыс. кв. м открытой территории.

Рядом с павильонами размещается постоянная парковка на 2700 автомобилей. Во время проведения крупных мероприятий вместимость паркингов можно увеличить до 10 тыс. мест, используя соседние многоуровневые парковки и подземные стоянки. Для удобства посетителей и участников выставок в Palexpo работают 6 ресторанов и 5 баров.

Выставочный центр управляется компанией Palexpo SA, которая организует, проводит и развивает собственные и гостевые выставки, конфе-

В списке международных выставочных центров Palexpo по площади находится на 40-м месте, уступая в разы таким великанам, как Fiera Milano (345 тыс. кв. м), Messe Frankfurt (322 тыс. кв. м), Koelnmesse (284 тыс. кв. м). Но благодаря проведению популярнейшего Женевского автомобильного салона Palexpo известен во всем мире как место смотра самых престижных автомобилей.



ДЛЯ ЗНАТОКОВ

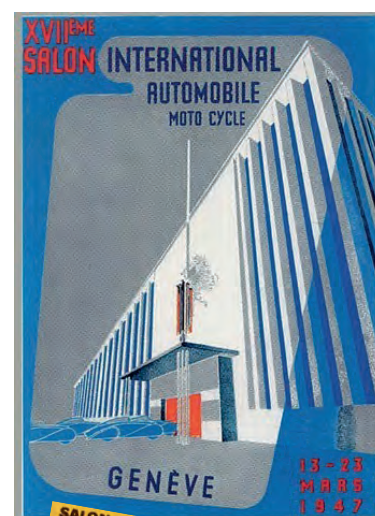


Женева – город на юго-западе Швейцарии, столица франкоязычного кантона Женева. Это второй по величине город страны после Цюриха. Здесь расположены штаб-квартиры многих международных организаций, в том числе Европейского отделения ООН, Всемирной торговой организации, Международного Красного Креста, Всемирной организации здравоохранения, ЦЕРН, а до 1946 г. – Лиги Наций. Вблизи города расположен Большой адронный коллайдер.

ренции и конгрессы. Компания вносит существенный вклад в развитие и пропаганду науки, культуры, спорта и благотворительности. Palexpo SA проводит также ряд выставок за пределами центра. Штат компании насчитывает более 140 сотрудников. Она является мажоритарным акционером выставочного центра, однако, по швейцарским законам, контрольный пакет принадлежит государству. В компании создан комитет по экологии, который следит за соблюдением экологических норм на всех этапах работы. Предпринимаются активные шаги к переходу на рациональное природопользование, такие как раздельная утилизация и переработка мусора, частичное использование солнечной энергии, технологии экономичного расхода воды.

Важным преимуществом выставочного центра Palexpo является его удобное местоположение. Неподалеку от комплекса находится международный аэропорт Женевы, до которого за минуты можно

Женевский автосалон стал первой выставкой в Европе, возобновившей свою работу после Второй мировой войны, в 1947 г.

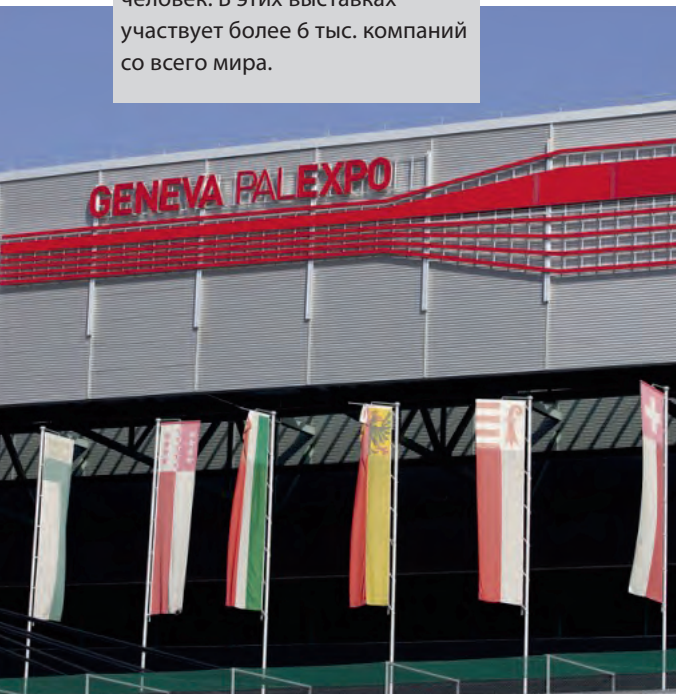


Международная организация автопроизводителей (OICA) включает в высшую категорию А шесть автомобильных салонов: детройтский, женевский, московский, парижский, токийский и франкфуртский. Из них только женевский и детройтский проводятся с одобрения OICA ежегодно, а остальные – раз в два года, чтобы дать автопроизводителям возможность выбора, где участвовать. Для женевского автосалона право ежегодного проведения можно рассматривать как привилегию, учитывая, что страна не входит в число автопроизводителей.



В Palexpo предпринимаются активные шаги к переходу на рациональное природопользование, такие как раздельная утилизация и переработка мусора, частичное использование солнечной энергии, технологии экономичного расхода воды.

Ежегодно в центре проходят около 40 мероприятий международного уровня. Их общая посещаемость в течение года составляет от 1 до 1,5 млн человек. В этих выставках участвует более 6 тыс. компаний со всего мира.



добраться на такси, автобусе или поезде-экспрессе. Дорога от аэропорта до центра города занимает всего 10 минут. На территории выставочного комплекса находится железнодорожная станция.

Ежегодно в центре проходят около 40 мероприятий международного уровня. Их общая посещаемость в течение года составляет от 1 до 1,5 млн человек. В этих выставках участвует более 6 тыс. компаний со всего мира.

Но «звездой» Palexpo, его самой известной выставкой, безусловно, является Автомобильный салон (Salon International de l'Automobile). Благодаря именно этому проекту центр получил развитие и обрел свой нынешний вид. Экзотические суперкары зачастую получают всемирную известность после дебюта в Женеве. Презентации прототипов автомобилей будущего, нового оборудования, прорывных технологий, объявления о заключении крупных международных партнерских соглашений – всё это приберегают для Женевы. Все ведущие автопроизводители мира считают для себя необходимым принять участие в салоне. Свои стенды на Женевском автосалоне имеют все производители люксовых моделей: AMG, Aston Martin, Bentley Motors, Bugatti, Cadillac, Ferrari, Jaguar, Lamborghini, Maserati, Porsche, Rolls-Royce. Они охотно устраивают свои премьеры в Женеве отчасти и потому, что здесь все находится на равных – ведь Швейцария не имеет собственной автомобильной промышленности.

В марте 2013 г. Женевский автосалон состоялся уже в 83-й раз.

Помимо Автомобильного салона в Palexpo проводится ещё несколько знаковых событий. Выставке путешествий (Exhibition for holidays, travel and leisure) скоро исполнится 20 лет. Здесь проводятся презентации наиболее популярных курортов, турагентств и туроператоров, гостиничных сетей, круизных и паромных компаний. Можно с уверенностью сказать, что выставку путешествий посещают профессионалы индустрии со всех континентов.

Название выставки элитных наручных часов (International Fine Watch-making Exhibition) говорит само за себя. Швейцария всегда славилась самыми лучшими в мире часовых дел мастерами и их изделиями, поэтому данный проект является крупнейшей в мире профессиональной выставкой, посвящённой часовому делу премиум-класса. Событие проводится исключительно для представителей индустрии по предварительной регистрации.

Значительное место в программе Palexpo занимают спортивные мероприятия. На площадке организуются фестивали по экстремальным видам спорта, «изюминкой» которых являются красочные шоу по мотофристайлу. Кроме того, в центре проходят Международные конные шоу, включенные в число этапов Кубка мира. Арена Palexpo считается самой большой в мире из всех крытых площадок для выступлений в рамках Horse Show Jumping Competition. Сборная команда Швейцарии по теннису во время проведения игр Кубка Дэвиса играет именно в Palexpo. Любимчики местной публики – Роджер Федерер и Станислас Вавринка собирают аншлаги на трибунах, которые возводятся специально к теннисным матчам.

Комплекс Palexpo значительно уступает по размерам многим европейским центрам, но благодаря своим особенностям и истории он занимает важное место на выставочном рынке континента.

Алексей ШАБУРОВ,
президент Конгрессно-выставочного центра «Сокольники»

CROCUS CITY HALL

5 ИЮНЯ

ELECTRIC

PET SHOP BOYS

Pet Shop Boys выступят в Crocus City Hall 5 июня 2013 года. Группа, занесенная в Книгу рекордов Гиннеса как самый успешный дуэт за всю историю британской музыки, даст концерт в рамках мирового тура в поддержку нового альбома «Elysium».

Нил Теннант (Neil Francis Tennant) и Крис Лоу (Chris Lowe) более тридцати лет назад случайно познакомились («в каком-то завалющем магазине музыкальных инструментов») – с этой встречи начинается история Pet Shop Boys. Одна из самых коммерчески успешных групп мира продала 50 миллионов записей по всему миру, трижды получала «Brit Awards» и шесть раз была номинирована на премию «Грамми». С 1986 года 42 сингла дуэта попадали в тридцатку и 22 – в десятку лучших в Британии. Каждый из 11 студийных альбомов группы в свое время занимал места в ТОП-10 британского чарта.

С таким багажом достижений уже давно можно было бы безнаказанно поживать на лаврах и снисходительно поучать молодых, но Нил Теннант и Крис Лоу и не помышляют о подобном.

Пару лет назад Pet Shop Boys написали музыку к балету «The Most Incredible Thing»). А в прошлом году они выпустили одиннадцатый студийный альбом «Elysium» и пластинку «Format» с коллекцией своих редких композиций, вышедших за период с 1996 по 2009 годы и подвергшихся ремастерингу.

В России Pet Shop Boys любят еще со времен «Go West» и «It's a Sin».

В 90-е Нил Теннант был частым гостем различных мероприятий в обеих столицах, интерес Pet Shop Boys к России проявился в песнях «A Red Letter Day», записанной с одним из московских хоров, «My October Symphony», «Go West», «London», «Numb» и в саундтреке к «Броненосцу "Потемкину"».



ОСТРОВ В

После успеха Всемирной выставки 1970 г. в Осаке Япония изъявила желание и готовность снова стать организатором ЭКСПО. В 1975 г. она такую возможность получила. Для размещения экспозиции Япония предложила остров Окинаву, а в качестве главной темы – освоение и использование морей и океанов. Девизом выставки стали слова: «Море, каким мы хотим его видеть».

Под строительство павильонов ЭКСПО–1975 была выделена территория площадью 100 га, которая включала также 25 га акватории океана. При организации экспозиции японцы отказались от индивидуального строительства павильонов, как это было на предыдущих выставках. Вместо этого участникам предоставлялись в аренду готовые помещения, представлявшие собой модули прямоугольной и шестиугольной формы площадью 250 кв. м каждый.

В выставке приняли участие 35 стран и 3 международные организации.

Экспозиция была разделена на 4 тематических кластера, в котором находились павильоны и выставочные площадки: «Рыболовство», «Народы и их история», «Наука и технология», «Суда». Павильоны СССР и США находились в кластере «Наука и технология». Здесь же располагался Акваполис. Павильон Окинавы был в кластере «Народы и их история».



Остров Окинава – самый крупный в архипелаге Рюкю, включающем 160 островов. Его площадь – 1207 кв. км. Расположен в нескольких десятках километров к югу от крупного японского острова Кюсю. Архипелаг Рюкю является одной из префектур Японии. Население префектуры составляет около 305 тыс. чел.

Главный город – Наха. Это единственная префектура Японии, в которой никогда не выпадает снег. Окинава – родина боевого искусства окинава-тэ, послужившего основой большинства стилей каратэ. В переводе на русский слово «окинава» означает «веревка в открытом море», что географы связывают с видом островов на карте, протянувшихся грядой на тысячу километров между островом Кюсю и Тайванем.



ОКЕАНО

На выставке использовался классический для японского искусства приём организации пространства для любования природой. Только на сей раз своеобразный «сад камней» был организован в море, где классические камни заменили огни, погружённые на большую глубину. Ночью, когда вдоль их цепи неспешно двигался катер, внизу разыгрывалась не придуманная, а пугающая своей красотой и жестокостью драма моря. Вершиной ЭКСПО-75 стал город-остров Акваполис – фрагмент плавучего города будущего, созданного японскими инженерами.

Акваполис разместился на специально построенном плавучем острове, соединенном с берегом мостом длиной 400 м. Этот павильон являл собой своеобразный символ выставки как с архитектурной, так и с содержательной точки зрения. Город-остров был построен в виде трехъярусной платформы размером 100x104 м. Будучи полностью автономным, он спосо-

В ЭКСПО-75
приняли участие
35 стран и 3
международные
организации.



В апреле–июне 1945 г. в ходе Битвы за Окинаву остров был захвачен американскими войсками. Здесь была создана американская военная база, контролирующая все подходы к Японии. Остров находился в ведении американской администрации до 1972 г. Сейчас на Окинаве располагаются американские войска на авиабазе Кадена.

Город-остров Акваполис – вершина ЭКСПО-75 на Окинаве

Акваполис разместился на специально построенном плавучем острове, соединенном с берегом мостом длиной 400 м. Будучи полностью автономным, он способен был во время шторма погрузиться в воду. На Акваполисе могло бы жить до 2400 человек и не зависеть от поставок с суши. Опреснительные установки острова способны были снабжать его обитателей пресной водой, а специальные устройства – перерабатывать все виды отходов, в том числе очищать сточные воды. На верхнюю палубу этого рукотворного острова могли садиться вертолеты. Во время выставки помещения между тремя палубами плавучего павильона служили экспозиционными залами.





Девиз выставки «Море, каким мы хотим его видеть» на английском языке звучал как своеобразная игра слов: «The sea we would like to see».



Окинава – мировой рекордсмен по числу долгожителей, достигших 100 лет, и по средней продолжительности жизни. У мужчин она достигает 88 лет, у женщин – 92. Это выше, чем средние показатели по Японии, которая сама является мировым лидером по продолжительности жизни. Это явление связывают со спецификой питания островитян, которую специалисты назвали «диетой Окинавы». Ее основой являются дары моря, блюда из коричневых водорослей, большое количество местных овощей, в частности особого вида горькой дыни и сладкого картофеля, широкое использование куркумы, которую заваривают и пьют как холодный чай, и многое другое.



бен был во время шторма погрузиться в воду на глубину 15 м за 3 часа. По расчетам авторов проекта, на Акваполисе могло бы жить до 2400 человек – они были бы независимы от поставок с суши и не загрязняли бы Мировой океан. Опреснительные установки этого острова способны были снабжать его обитателей пресной водой, а специальные устройства – перерабатывать все виды отходов, в том числе очищать сточные воды. В нормальном положении на верхнюю палубу этого рукотворного острова, находившуюся на высоте 32 м над водной поверхностью, могли садиться вертолеты. Во время выставки помещения между тремя палубами плавучего павильона служили экспозиционными залами. Технические устройства этого города-острова обслуживали всего 40 человек.

По обе стороны моста, связывавшего остров с суши, была организована огромная акваферма, где содержалось 50 тыс. рыб разных видов, служащих пищей жителям города.

Помимо Акваполиса внимание посетителей привлекал павильон «Океанская бионика», где демонстрировались механические игрушки, выполненные в виде многочисленных обитателей моря. Всего было представлено 1200 моделей, копирующих движения морских организмов.

В павильоне фирмы «Мицубиси» посетители могли совершить увлекательное путешествие по глубинам моря, не опускаясь под воду. Им надо было просто сесть в кресла-тежки, двигавшиеся по замысловатому маршруту в павильонном пространстве. Иллюзия реальности создавалась с помощью кино- и слайд-фильмов, лазерных и электронных эффектов.

Элементы театрализации использовались и в павильоне США. Здесь на шести экранах посетители могли наблюдать за обитателями большого аквариума на 125 тыс. л воды, попадавших в поле зрения телевизионной камеры, находившейся в руках плавающего в этом аквариуме аквалангиста.

Успехом пользовался и советский павильон, оформление интерьера которого создавало впечатление присутствия на борту большого научного морского судна. Общая площадь павильона составляла 1500 кв. м (6 стандартных модулей). Украшением экспозиции являлись потолки, простиравшиеся над всем выставочным пространством как паруса плывущего корабля. Впечатление усиливалось с помощью аудиовизуальных эффектов, слайд-проекций и больших диорам, воспроизводивших в одной части антарктический континент с научно-исследовательскими станциями, в другой – вид каспийского нефтяного промысла «Нефтяные камни», в третьей – панораму города-курорта Сочи, в четвертой – картину пионерского лагеря «Артек». В дополнение к этому посе-

Стоимость сооружения Акваполиса составила 13 млрд иен, которые предоставило японское правительство.

тителей окружали элементы морской атрибутики, приборы для исследования моря, макеты кораблей, автоматические аппараты для разведки и добычи минерального сырья со дна моря. На 10-метровом экране демонстрировался фильм о жизни моря. Здесь же был представлен самый уникальный экспонат выставки – первая в мире крупномасштабная карта дна Мирового океана.

Традиционно в рамках выставки была организована зона отдыха и развлечений, в которой присутствовали как привычные аттракционы – «американские горки», колесо обозрения, карусель, так и оригинальные морские развлечения – речные лодки, плавание в каноэ через водопад, террариум с крокодилами. Посетители могли спуститься на глубину 20 м в батисфере, установленной на стоящем в море корабле.

В рамках ЭКСПО прошли два международных симпозиума по морской тематике, а также трансокеанские соревнования яхтсменов.

В связи с географической вытянутостью выставочной территории для осмотра экспозиции на Окинаве было важно организовать транспортное сообщение. Для перемещения посетителей между павильонами построили рельсовую дорогу, по которой ездили 6-местные вагончики. Кроме того, по территории выставки курсировали электромобили вместимостью 25 человек. Между двумя крайними точками экспозиции – Экспортотом и Экспопляжем – ходили суда с прозрачным дном, дававшие возможность любоваться водными глубинами.

За 6 месяцев работы выставку посетили более 3,5 млн человек, что было, надо признать, почти в 18 раз меньше, чем на предыдущей ЭКСПО–70 в Осаке. Тем не менее мероприятие почти окупило себя финансово. Невысокую посещаемость объясняли специфической, узкой, темой выставки, а также, как оценивали наблюдатели, тем, что она была расположена на острове.

После того как в январе 1976 г. выставка завершила свою работу, ее территория была преобразована в Национальный мемориальный парк, более известный под названием Океанический Экспопарк (Ocean Expo Park). Большинство экспонатов были разобраны и вывезены. Акваполис сохранили в виде аттракциона, который в последующие годы посетили более 4 млн человек. С годами интерес к Акваполису падал, посетителей становилось все меньше, и в 1993 г. аттракцион был закрыт. В 2000 г. его отправили на металлолом и переплавку в Шанхай. Позже на месте города будущего был сооружен океанариум «Чарауми», один из крупнейших в мире, и дендрарий с тропическими и субтропическими растениями.

*По материалам книги Валерия Шпакова
«История Всемирных выставок»
подготовила Анастасия Корзунова*



За 6 месяцев
работы – с 20
июля 1975 г.
по 18 января
1976 г.
выставку
посетили
более 3,5 млн
человек,
что было
существенно
меньше, чем
на ЭКСПО–70
в Осаке. Это
связали с
размещением
выставки на
острове.

Советский павильон был выполнен в стиле большого научного морского судна.



После ЭКСПО–75 к проблемам Океана и его возможностей вернулись только в прошлом году. Темой Всемирной специализированной выставки ЭКСПО–2012, которая проходила с 12 мая по 12 августа 2012 г. в южнокорейском городе Ёсу, стал «Живой океан и побережье». Целью нынешней выставки стало привлечение общественного внимания к серьезности глобальной проблемы экологии моря. Корейцы, так же как и их японские коллеги почти 4 десятилетия назад, вынесли часть экспозиции прямо в океан. На воде расположили и сцену, где по вечерам показывали мультимедийное шоу.

НОВОСТИ А



Рафаэль Санти.
«Голова молодого апостола». Рисунок к картине «Преображение»

Прим. 1516–1520 гг., 29,7 млн ф.ст. (первоначальная оценка – 10–15 млн ф.ст.). Аукцион Sotheby's, Лондон.

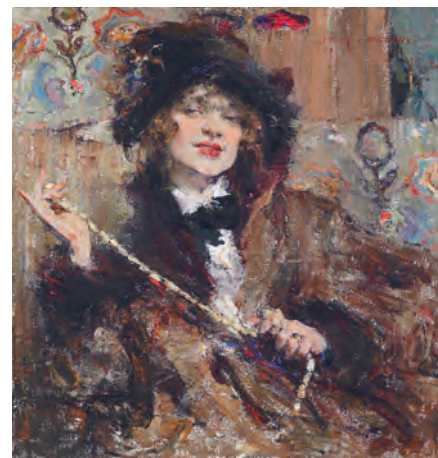
Среди искусствоведов распространено мнение, что это была последняя работа художника, которую он сам при жизни закончить не успел, а завершил ее Джулио Романо, один из учеников Рафаэля. Это самая дорогая работа, выполненная на бумаге, когда-либо проданная на открытых торгах.



Валентин Серов.
«Прасковья Анатольевна Мамонтова»

1887 г., 1,2 млн ф.ст. (первоначальная оценка – 300–500 тыс. ф.ст.). Аукцион Sotheby's, Лондон.

Возможно, это одна из самых ранних работ молодого 22-летнего художника. На картине изображена 14-летняя племянница известного мецената Саввы Мамонтова. За лот ожесточенно торговались из зала и довели сумму до 1,2 млн ф.ст. Это рекорд для произведений Серова на торгах, хотя, возможно, реальная стоимость картин художника намного выше. На публичном рынке больших работ Серова не появлялось уже давно.



Николай Фешин.
«Портрет мадемуазель Подбельской»

1912 г., 2 млн ф.ст. (первоначальная оценка – 800 тыс. – 1,2 млн ф.ст.). Аукцион Christie's, Лондон.

Это произведение является блестящим примером портрета эпохи модерна и одним из шедевров в творчестве Фешина. Его девушки – создания жизнерадостные, изящные, но отнюдь не хрупкие, из плоти и крови. Наталья Подбельская послужила моделью для четырех портретов кисти Фешина. В 1913 г. «Портрет мадемуазель Подбельской» участвовал в ежегодной Мюнхенской выставке в Хрустальном дворце, где был приобретен частным коллекционером, после чего долгое время не выставлялся.



Иван Айвазовский.
«Галатская башня в лунном свете»

1845 г., 825 тыс. ф.ст. (первоначальная оценка – 500–700 тыс. ф.ст.). Аукцион Sotheby's, Лондон.

Одна из первых картин Айвазовского, посвященных виду Константинополя с самой высокой его точки. Написана художником в молодости, во время путешествия с Великим князем Константином Николаевичем по Средней Азии, Ливану и Турции. Впоследствии художник не раз возвращался к сюжету окрестностей византийского города.

УКЦИОНОВ



Иван Шишкин. «Сосновый лес»

1897 г., 881 тыс. ф.ст. (первоначальная оценка – 800–900 тыс. ф.ст.). Аукцион Sotheby's, Лондон.

Художник написал несколько вариантов картины. Одна из них под названием «Сухостой» участвовала в выставке Передвижников в 1899 г. в Петербурге, а затем в ретроспективной выставке художника в 1904 г. в Москве. Как заметил один из критиков в 1895 г., Шишкина можно назвать настоящим певцом природы. Он способен разглядеть прекрасное в том, мимо чего другой просто пройдет мимо.

Василий Верещагин. «Обоз с ранеными»

1881 г., 937 тыс. ф.ст. (первоначальная оценка – 800 тыс. – 1,2 млн ф.ст.). Аукцион Sotheby's, Лондон.

Верещагин лично участвовал в Русско-турецкой войне 1877–1891 гг. Он принимал участие в осаде и взятии русскими войсками г. Плевны в 1877–1878 гг. На картине нарисован обоз с ранеными солдатами, возвращающимися после третьей, победной, битвы. Как и во всех своих картинах, Верещагин остается верен принципам изобличения ужасов любой войны, даже самой победоносной.



Борис Кустодиев. «Извозчик»

1923 г., 4,4 млн ф.ст. (первоначальная оценка – 1,5–2 млн ф.ст.). Аукцион Christie's, Лондон.

Картина относится к серии, в которой художник изображал псевдорусских персонажей. Именно этот «Извозчик», бородатый, краснолицый, голубоглазый добродушный мужик в парадном синем тулупе среди сиренево-розовых снегов, был выбран для афиши выставки русского искусства в Нью-Йорке в 1924 г. В 1936 г. картину купил у вдовы художника большой поклонник его таланта, будущий нобелевский лауреат Петр Капица. С тех пор картина хранилась в семье физика.



Зинаида Серебрякова. «Автопортрет с бантом»

1922 г., 17 млн руб. (первоначальная оценка – 17–18 млн руб.).
Аукционный дом «Русская эмаль», Москва.

Автопортрет написан пастелью в 1922 г., когда Серебрякова еще жила в России. Такие работы художницы ценятся выше, чем ее заграничные картины. Рисунок долгие годы хранился в коллекции ленинградского профессора Льва Лойцянского, в 1966 г. выставился в Русском музее, а в 2009 г. в Центральном доме художника.



Юрий Анненков. «Портрет Всеволода Мейерхольда»

1922 г., 1 млн ф.ст. (первоначальная оценка – 30–50 тыс. ф.ст.).
Аукцион Sotheby's, Лондон.

Рисунок, выполненный авангардным графиком Юрием Анненковым, ранее находился в коллекции его друга, композитора Дмитрия Темкина. Карандашный портрет известного русского режиссера входит в группу портретов, выполненных Анненковым в одной манере. Он создал подобные портреты Сергея Прокофьева, Мориса Равеля и других деятелей искусства, близких друзей художника.



Исаак Левитан. «Горный пейзаж»

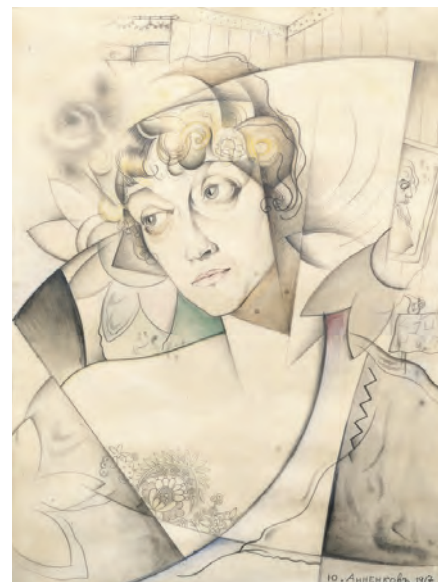
Прим. середина 80-х гг. XIX в.,
7,5 млн руб. (первоначальная оценка
4,5–7,5 млн руб.). Аукционный дом
«Кабинетъ», Москва.

Картина имеет надпись, удостоверяющую ее подлинность. Вдоль нижнего края по центру рукой брата художника Адольфа Левитана написано: «Этюдъ моего покойного брата И. Левитана. А. Левитан». Вероятнее всего, этюд «Горный пейзаж» был создан Левитаном во время поездки в Крым весной 1886 г. Большинство этюдов, выполненных в этот период, экспонировалось в 1886–1887 гг. на VI периодической выставке Московского общества любителей художеств.

Юрий Анненков. «Портрет актрисы А.Н. Авдиевой-Плятт»

1917 г., 7,5 млн руб. (первоначальная оценка – 5–6 млн руб.). Аукционный дом «Русская эмаль», Москва.

Рисунок выполнен в характерной для художника декоративно-плоскостной манере, со свободой цветочных пятен и цветных контуров. Портрет сначала хранился в собрании крупного издателя и художника Зиновия Гржебина, а затем в собрании профессора Льва Лойцянского. Рисунок выставлялся всего один раз, в Ленинграде в 1988 г.





atlantico Способен ли Китай прокормить свое население?

«Атлантико», Франция

В Китае, как и в многих других азиатских странах, рис является одной из основ цивилизации и общества. Цена на рис имеет огромное общественное значение. В условиях назревающего социального взрыва правительство выбрало путь искусственного поддержания цен.

Последние два года Китай импортирует рис (невиданное дело), причем во все больших объемах: с 575 тыс. т в 2011 г. до 2,8 млн т в 2012 г. Идет ли речь о неких устойчивых изменениях? Китай оказался не в состоянии прокормить собственное население? Как несложно понять, такая ситуация может вызвать беспокойство на рынках сырья, которые всегда очень сильно реагируют на любые изменения в китайском снабжении.

Как бы то ни было, в отличие от невозобновляемых природных ресурсов мировое производство риса все еще обладает немалым потенциалом роста. Кроме того, с учетом отставания, а значит и потенциального роста в китайском рисовом секторе, вряд ли стоит опасаться физической неспособности Китая нарастить его производство.

В Китае, как и в Японии и многих других азиатских странах, рис является одной из основ цивилизации и общества. Япония защищает свой рис с помощью 400% импортных пошлин, перекрывая тем самым ввоз иностранной культуры. Когда же ВТО вводит минимальную квоту на импорт, она отправляет всё за границу в качестве международной помощи. В то же время внутренние цены на рис по крайней мере вчетверо выше, чем на мировом рынке. Разницу в стоимости компенсирует государство.

Некоторое время назад цена китайского риса стала более чем на 50% выше импортруемой вьетнамской культуры. В чем же причина? Как и в Японии, в Китае цены на рис не являются рыночными, а устанавливаются властями.

Дело в том, что цена на рис имеет огромное общественное значение. По мере огромного роста китайской экономики за последние 20 лет неравенство в условиях жизни в городах и деревнях становится все глубже и острее. Горожане смогли значительно повысить свой уровень жизни, тогда как доходы крестьян (на них по-прежнему приходится чуть менее половины населения) стояли на месте. Если во вре-

мена Мао Китай мог похвастаться небывалым равенством граждан, то сейчас расслоение населения стало одним из самых сильных в мире. Отчасти это объясняется низкой производительностью труда фермеров, чьи хозяйства невелики и полагаются по большей части на ручной труд. Государство же не захотело исправить ситуацию. Кроме того, по мере роста городов крестьян выселяли с крошечным пособием, так как они не являются владельцами земли. Это также вызывает у них огромное недовольство. Так, например, в прошлом году целая деревня на юге страны подняла открытый мятеж против местных властей.

Таким образом, в условиях приближающегося социального взрыва можно было либо провести рискованную реструктуризацию сельского хозяйства, либо поддерживать цены на рис. В конечном итоге было выбрано второе решение. Это привело к увеличению государственных закупок риса, тогда как импортеры бросились покупать куда более дешевый (на 50%) вьетнамский рис, чтобы затем перепродать его за хорошие деньги на внутреннем рынке. В отличие от Японии, Китаю при вступлении в ВТО пришлось пойти на значительные уступки в плане таможенных пошлин. В первую очередь это касается сельскохозяйственной продукции, тарифы на которую не могут превышать 15% стоимости самого товара.

Таким образом, главная проблема, которую поднимает этот импорт, касается вовсе не способности Китая обеспечить себя рисом. Всё вертится вокруг доходов крестьян. Долгосрочными решениями могут стать сельский исход (китайские власти опасаются, что не смогут удержать под контролем это движение), приватизация земли крестьянами и расширение имущества, а также введение новых, более эффективных, сортов.

Автор – Мишель Фокен, заместитель директора Центра перспективных и информационных международных исследований (СЕРИ), специалист по международной торговле.

Храните книги – их никто не отменял

«Уолл-стрит джорнэл», США

Любители бумаги и типографской краски, не унывайте. Сообщения о смерти печатных книг, по-видимому, преувеличены.

Опрос за 2012 г. позволил выяснить, что на самом деле электронные книги приобрели лишь 16% американцев.

После того, как пять лет назад онлайн-ритейлер Amazon запустил свою популярную электронную книгу Kindle, специалисты и всякие умники предположили, что будущее книгоиздания теперь за цифровыми технологиями. Предположения о том, как скоро произойдет переход от перелистывания страниц к чтению с экрана, были разными. Но специалисты сошлись в одном – они все считали, что цифра, которая уже проникла в мир музыки, фотографии и картографии, со временем завоюет и книгоиздательский сектор. Как предсказывал пять лет назад какой-то медийный корифей, к 2015 г. обычные книги исчезнут.

Но вот электронной книге, которая ворвалась в нашу жизнь, уже полдесяток лет, однако внезапно появились более радужные прогнозы относительно дальнейшей судьбы привычных печатных книг. Обычные книги в твердом переплете оказываются на удивление живучими. И уровень продаж электронных книг заметно снижается. Электронные ридеры уже не пользуются таким спросом, поскольку покупатели теперь предпочитают приобретать многофункциональные планшеты. Не исключено, что электронные книги не вытеснят обычные печатные издания: в конечном счете, с ними произойдет примерно то же, что и с аудиокнигами, – они будут просто служить в качестве дополнительного способа чтения, то есть использоваться не вместо обычных книг, а наряду с ними.

Насколько американцы привязаны к старомодным книгам? Взгляните на результаты опроса, проведенного исследовательским центром Pew Research Center. Судя по приведенным данным, за прошедший год количество взрослых, читавших электронные книги,росло незначительно – с 16% до 23%. Однако

этот же опрос показал, что целых 89% регулярно читающих респондентов утверждают, что в прошлом году прочитали как минимум одну печатную книгу. А тех, кто в прошлом году прочитал одну книгу в электронном варианте, оказалось всего 30%.

Кроме того, как сообщила Ассоциация американских книгоиздателей, в 2012 г. ежегодные темпы роста продаж электронных книг резко снизились – примерно до 34%. Уровень сам по себе вполне неплохой, однако по сравнению с трехзначными цифрами, характеризовавшими рост продаж на протяжении предыдущих четырех лет, такое замедление можно рассматривать как резкий спад.

Электронные книги теряют свою привлекательность, поскольку им приходится конкурировать с не требующими усилий развлечениями – играми, фильмами и общением в социальных сетях, которые стали более доступными благодаря таким девайсам, как iPad и Kindle Fire. Кроме того, электронную книгу после прочтения нельзя ни продать, ни кому-нибудь подарить, а это также снижает ее осязаемую ценность.

Но помимо чисто практических причин снижения спроса на электронные книги, видимо, есть и еще какие-то другие. Возможно, мы неправильно поняли саму природу электронной книги.

С самого начала покупатели электронных книг отдали предпочтение беллетристике, и сдвиг в сторону этого литературного жанра был непропорциональным – романы составляли почти две трети от общего числа продаж. В списках бестселлеров электронных изданий преобладали такие жанры, как триллер и любовный роман. По всей видимости, для чтения с экрана больше всего подходит именно такого рода легкая литература, образцы которой традиционно продаются в удобной для массового рынка мягкой обложке в супермаркетах и аэропортах.

По своему оформлению они относятся к одноразовым книгам, которые легче всего

Бумажная книга, детище Гуттенберга, скорее всего, переживет натиск электронных конкурентов. В привычной для нас книге с ее тщательно отпечатанными и старательно переплетенными страницами есть нечто такое, из-за чего нам совершенно не хочется выпускать ее из рук



Потребители не принимают электромобили

«Крисчен сайенс монитор», США

выбросить. Мы их быстро прочитываем, а перевернув последнюю страницу, не испытываем никакого желания ни перечитывать их, ни хранить. Иногда мы даже испытываем неловкость, когда люди видят, что мы такое читаем. Поэтому электронные версии такой литературы более удобны, так как позволяют нам скрывать от посторонних свои литературные пристрастия. И если бы не было электронных книг, то, возможно, не появился бы и такой шедевр под названием «Пятьдесят оттенков серого» (Fifty Shades of Grey – эротический роман британской писательницы Э.Л. Джеймс, изданный в 2011 г. и ставший бестселлером в США и Великобритании. В 2012 г. книга стала первым произведением, разошедшимся в количестве миллиона копий на Amazon Kindle. – Прим. пер.).

Иначе говоря, электронные книги могут попросту превратиться в те же самые одно-разовые книги в мягкой обложке, только в другом формате, к тому же еще и более легкие по весу. И это вполне соответствует сделанному недавно выводу о том, что, если люди начали покупать электронные книги, это не значит, что они перестанут покупать обычные печатные книги. И действительно, как утверждают аналитики из Pew Research Center, приблизительно 90% тех, кто читают электронные книги, продолжают читать и настоящие, изданные на бумаге. Видимо, эти два литературных формата призваны служить разным целям.

Продержавшись на протяжении более пяти веков в условиях бурных и насыщенных событий в мире техники, детище Гуттенберга вполне переживет и этот цифровой натиск. В привычной для нас книге с ее тщательно отпечатанными и старательно переплетенными страницами есть нечто такое, из-за чего нам совершенно не хочется выпускать ее из рук.

Автор – Николас Карр, автор книги «Мельчаем, люди: что делает Интернет с нашими мозгами» (The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains).

В 2006 г. вышел документальный фильм «Кто убил электромобиль», посвященный попыткам GM вывести в середине 1990-х годов электромобили на рынок. Он перечисляет обычных подозреваемых – нефтяную отрасль, автопроизводителей, правительства. Среди поклонников электромобилей в принципе принято винить в их неуспехе кого угодно, кроме потребителей.

Сейчас электромобили опять находятся на грани выживания. Продажи Chevy Volt не соответствуют ожиданиям, глава Nissan Motors Карлос Госн ранее признал, что план по продажам Nissan Leaf на 2012 г. не будет выполнен.

Как отметила недавно в своей статье Кэти Ференбакер, «A123 Systems, Fisker Automotive и Better Place, вложившие миллиарды долларов в будущее электромобилей, сейчас столкнулись с крупными финансовыми и коммерческими трудностями».

Проблема заключается в том, что электромобили привлекают потребителей слабее, чем ожидалось. Это, в первую очередь, связано с их высокой первоначальной стоимостью, а также с сомнениями относительно длины пробега без подзарядки и опасностью оказаться посередине пути в машине с разрядившимся аккумулятором, на которую жаловались первые владельцы Nissan Leaf. Хотя «Кто убил электромобиль» полностью снял с производителей батареек обвинения в неуспехе электромобилей, длина пробега без подзарядки по-прежнему не удовлетворяет пользователей.

С другой стороны, когда в конце 1990-х гг. началось массовое производство гибридных автомобилей, сперва на рынке несколько лет господствовали Toyota Prius и Honda Insight. Тогда цены на нефть были низкими, что сильно тормозило продажи в первые годы. Между тем сейчас гибриды очень распространены, в основном потому, что высокие цены на нефть сделали их удачным выбором для многих автомобилистов.

Если в ближайшие годы нефтяные цены не снизятся, это может, наконец, придать электромобильям определенный импульс – хотя, возможно, потребители снова их убьют. ■

Не надо искать виновных в провале продаж электромобилей. Ни могущественное нефтяное лобби, ни производители автомобилей не виноваты – их просто не приняла потребитель.

THE WALL STREET JOURNAL

Как воспользоваться газовым изобилием в интересах внешней политики

«Уолл-стрит джорнэл», США

США готовы стать мировой газовой сверхдержавой. Это выгодно всем – в Европе американский экспортный СПГ даст долгожданную возможность для снижения энергетической зависимости от России. В Японии после Фукусимы американский СПГ стал частью новой стратегии закупок. Индия получит более привлекательные альтернативы трубопроводу из Ирана через Пакистан. Вашингтону будет проще убеждать союзников не иметь дела со странами-изгоями, особенно с Ираном.

Соединенные Штаты готовы стать мировой газовой сверхдержавой. Благодаря инновациям и инвестициям в технологии добыча природного газа в Америке с 2006 г. увеличилась на 20%. Однако эта история вот-вот вступит в свой новый этап, и успех в нем будет зависеть от того, насколько умело Белый дом распорядится экспортом американского газового богатства.

Добыча газа в Америке выросла настолько, что сегодня мировые рынки пристально следят за «экспортной игрой США» в сфере поставок сжиженного природного газа (СПГ) за рубеж. Экспортный спрос выгоден американским газодобывающим компаниям, которые переживают у себя дома период низких цен, связанный с перенасыщением рынка. Однако резкое увеличение поставок американского природного газа на мировые рынки будет иметь серьезные последствия и для внешней политики США. Администрация Обамы рассматривает приоритеты в энергетической политике на второй президентский срок, и экспорт СПГ может стать весьма привлекательным инструментом во внешнеполитическом арсенале Госдепартамента.

Рост газового экспорта в США поможет изменить баланс во взаимоотношениях между производителями и потребителями, причем к выгоде для союзников Америки. Сейчас на рынке существует единодушное мнение о том, что к 2020 г. США будут экспортировать около 170 млн куб. м газа в день (это соизмеримо с 45 млн т СПГ). Этот показатель соответствует примерно 8% сегодняшнего объема газодобычи в США, или 16% общемирового производства сжиженного природного газа. В мировом масштабе это выведет Америку на третье место, и впереди нее будут только крупнейшие на сегодня экспортеры СПГ, такие как Австралия и Катар.

Сжиженный природный газ (а также революция в добыче сланцевого газа) поставил США на самый верх мирового списка обладателей газовых запасов. Некоторые контракты на поставку уже готовятся, и когда по завершении строительства отгрузочных мощностей в 2016 г. начнется экспорт, Соединенные Штаты будут соперничать с другими обладателями крупных газовых резервов, такими как Россия, Иран и Венесуэла. Геополитическое воздей-

ствие от американского газового экспорта будет ощущаться во многих сферах.

Например, появление крупного альтернативного поставщика уменьшит вероятность картельных сговоров между конкурентами США, такими как Иран и Россия. Эти государства были основными учредителями Форума стран-экспортеров газа, который часто называют «газовым ОПЕК». Хотя сегодня в мире больше газа добывают и экспортируют страны, не входящие в этот форум, такая тенденция снижения роли газового форума усилится с наращиванием экспорта из США.

Далее, с увеличением экспорта американского СПГ, Вашингтону будет проще убеждать союзников не иметь дела со странами-изгоями, особенно с Ираном. Видя в перспективе возможность наращивания импорта СПГ из Америки, Индия, например, получает более привлекательные альтернативы трубопроводу из Ирана через Пакистан. Трубопроводы – это как семейные узы, в которых партнеры берут на себя обязательства по поставкам и ценам на долгие годы и десятилетия. Надежный и стабильный поставщик СПГ, такой как США, устраняет необходимость реализовывать рискованные долговременные инфраструктурные проекты и контракты.

Поскольку газовый экспорт из США увеличит предложение на мировом рынке, снизится интерес и к более рискованным проектам Ирана и Венесуэлы по экспорту СПГ. Они вообще могут не материализоваться, поскольку этим странам придется конкурировать с более передовыми проектами США, Канады, Восточной и Западной Африки.

Российский «Газпром» сегодня готовится к усилению конкуренции со стороны США. Два месяца назад компания объявила о запуске газовой программы в восточной части России, которая будет осуществляться на базе обустраиваемого Чаяндинского месторождения и новой экспортной инфраструктуры, позволяющей Москве увеличить свою долю на рынке Азии. Газпром также вкладывает средства в прокладку морского участка трубопровода «Южный поток», который пойдет из России по дну Черного моря в Болгарию, обойдя стороной Украину. Таким способом российская газовая компания намерена закрепиться на европейском рынке.



Берлинский район борется с дорогим жильем

«Атлантик», США

Но в Европе американский экспортный СПГ даст долгожданную возможность для диверсификации и снижения энергетической зависимости от России. Газ из США может стать для европейцев таким же важным элементом, как и запланированный к строительству трубопровод Nabucco, через который в Европу будет поставляться 10 млрд куб. м азербайджанского газа. Американский СПГ поможет Британии снизить свою зависимость от Катара, который оказался в весьма рискованном положении в связи с угрозой Ирана перекрыть Ормузский пролив, дающий Катару единственный выход к морю.

В Азии Япония и Индия с большим энтузиазмом смотрят на потенциал поставок СПГ из США. В Японии после Фукусимы американский СПГ стал частью новой стратегии закупок, призванной обеспечить более диверсифицированные поставки, как по источникам, так и по ценам.

Другая привлекательная особенность экспорта СПГ из США заключается в том, что американские газовые цены привязаны к фьючерсам с поставкой в Генри-Хаб. Это эталонная система ценообразования, в которой цены отражают показатели спроса и предложения. Однако в остальном мире большая часть газовых поставок до сих пор рассчитывается по ценам, привязанным к ценам на нефть. Экспорт СПГ из США поможет ликвидировать международную привязку газовых цен к нефтяным и приведет к снижению цен на газовом рынке.

В отличие от многих других ведущих газодобывающих стран, США никому не навязывают инвестиционные решения и контрактные механизмы американских нефтяных и газовых компаний. Но благодаря своим полномочиям выдавать разрешения на экспорт американского газа и устанавливать регуляторные и природоохранные механизмы для добычи внутри страны, Белый дом, по сути дела, обретает решающее право голоса, и именно ему решать – быть или не быть Америке мировой газовой сверхдержавой. Мир ждет ответа на этот вопрос.

Авторы – Роберт Джонстон, директор отдела глобальных энергоресурсов и полезных ископаемых компании Eurasia Group, Лесли Палти-Гузман, аналитик по мировым газовым рынкам.

Руководство
небольшого, но
привлекательного
района Восточного
Берлина запретило
любые улучшения
жилых домов,
которые могут
привести к росту
арендной платы.
Так в Берлине
пытаются бороться
со спекуляцией
недвижимостью.

Никаких вторых ванных, каминов, полов с подогревом, никаких новых балконов и зарезервированных парковочных мест.

Берлинский район Панков делает все возможное, чтобы класс его жилищного фонда не повышался. Принадлежащее к партии «зеленых» руководство этого небольшого, но привлекательного кусочка Восточного Берлина запретило любые улучшения недвижимости, которые могут привести к росту арендной платы. Одновременно оно запретило строить в районе новые дачи. Власти, разумеется, не стремятся ввергнуть Панков в убожество – он остается крайне чистым и опрятным местом. Они просто пытаются остановить наступление роскошного жилья, из-за которого местные жители лишаются возможности снимать доступные квартиры.

Эта проблема затронула весь Берлин, но особенно пострадал от нее соседний с Панковым район Пренцлауэр-Берг, некогда выглядевшие обшарпанными дома которого превратились в едва ли не самую дорогую недвижимость в Берлине. В результате давние жители района начали из него вытесняться, что привело к росту напряженности, которая начала проявляться в неожиданных и странных формах. При коммунистах Пренцлауэр-Берг был центром альтернативной культуры, но теперь он превратился в место, где на каждом углу можно выпить дорогой органический кофе, зато невозможно найти хозяйственный магазин.

В целом местные СМИ отзываются об инициативе Панкова благоприятно. В городе, в котором принято с ужасом смотреть на дороговизну жилья и неравенство Лондона и Нью-Йорка, складывается консенсус по поводу того, что необходимо предпринять некие шаги, чтобы Берлин не пошел по тому же пути. Например, сейчас городская мэрия, решив взять пример с Панкова, собирается запретить строительство новых дач. Сработают ли такие меры – это другой вопрос. На руку Панкову играют некоторые факторы. В нем, в отличие от Пренцлауэр-Берга, который раньше был рабочим районом, всегда обитал средний класс, а до 1989 г. он считался местом проживания восточногерманской элиты. Хотя давних жителей Панкова сейчас трудно назвать самыми богатыми из берлинцев, все же состоятельным чужакам будет труднее вытеснить их из местных магазинов растущими ценами. ■

Три главных проблемы России

«Форбс», США

Всемирный экономический форум опубликовал 52-страничный доклад, в котором изложил то, что сотни руководителей бизнеса считают самыми важными вызовами на предстоящие годы.

Будучи шестой в мире экономикой (по паритету покупательной способности), членом «восьмерки», «двадцатки» и Совета Безопасности ООН, Россия недаром уверенно смотрит на свои планы развития. Она хочет, чтобы ее всерьез воспринимали во всем мире. Однако последствия мирового финансового кризиса продемонстрировали незащищенность ее основанной на экспорте энергоресурсов экономики, а президентские выборы 2012 г. стали поводом для важных дискуссий о перспективной экономической политике страны и о назревающем недоверии в обществе.

В докладе говорится, что России угрожают три ключевых фактора неопределенности.

1. ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ В МИРЕ

Рост экономики в России во многом определяется ее энергетическим сектором, и в этой стране существует очень жесткая связь между нефтяными ценами и ВВП.

В предстоящие десятилетия Россия столкнется как минимум с тремя проблемами, проистекающими из меняющейся глобальной энергетической ситуации. Первая – это увеличение поставок нефти из самых разных источников, от США до Ирана. Вторая проблема и задача для России будет заключаться в превращении угрозы от нетрадиционных газовых ресурсов в благоприятную возможность с учетом того, что потенциал сланцевого газа может подорвать российское влияние на ее традиционных и перспективных газовых импортеров. Третья проблема состоит в том, что России надо будет эффективно приспособиться к изменениям в области спроса, поскольку, согласно прогнозам, не входящие в ОЭСР страны

будут в перспективе занимать самую большую долю в структуре потребностей в ископаемом топливе. И наконец, пока не ясно, сможет ли Россия лидировать в условиях меняющейся структуры глобального рынка или она просто будет плестись в хвосте. Хотя страна может встать у штурвала организации по регулированию газовых поставок и цен типа ОПЕК, она в то же время может проиграть в жестком соперничестве в секторе сжиженного природного газа и в других областях.

2. СЛАБЫЕ ИНСТИТУТЫ

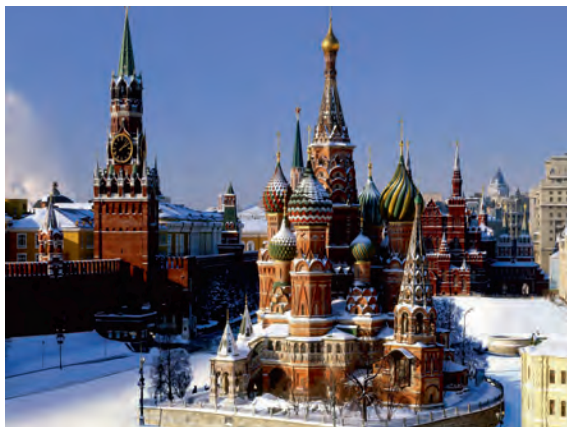
В индексе глобальной конкурентоспособности Всемирного экономического форума за 2012–2013 гг. Россия со своими институтами заняла 133-е место из 144 стран. Развитие институтов в стране является для России одной из ключевых задач и проблем.

Неэффективность работы государственного аппарата можно объяснить высоким уровнем коррупции. В России масштабы коррупции гораздо шире, чем в других странах с аналогичным уровнем развития. Хотя по размерам ВВП Россия стоит на шестом месте в мире, уровень коррупции там выше, чем, скажем, в Того и в Уганде, о чем свидетельствуют данные Transparency International. Кое-кто утверждает, что коррупция глубоко укоренилась в российской системе создания и распределения богатств. С этой точки зрения кое-кто может рассматривать коррупцию как необходимое зло, обеспечивающее стабильность и контроль над производственными процессами в экономике.

3. СПЛОЧЕННОСТЬ ОБЩЕСТВА

Доверие общества к институтам и руководителям – это ключевой индикатор его способности в полной мере раскрывать свой производительный потенциал. Здесь налицо все признаки того, что в России в этом отношении масса серьезных неопределенностей.

Всемирный экономический форум подготовил доклад, в котором делается вывод о том, что хотя в российской экономике много позитивного, в целом она становится все более слабой и уязвимой.



Число образованных специалистов, стремящихся уехать из России, в некоторых отраслях превышает 50%. Это не только снижает творческий потенциал, необходимый для обеспечения экономического развития страны, но и усиливает отток капитала, а также сокращает внутреннее потребление. Те же условия влияют на возможности страны по привлечению иностранных талантов, которые могли бы играть дополнительную роль на следующем этапе развития российской экономики. Ситуация настолько обострилась, что некоторые участники этого проекта выражают отчаяние в связи с тем, что Россия становится не только экспортером энергоресурсов, о чем известно больше, но и полномасштабным экспортером финансового и людского капитала. Увеличение богатства сопровождается в последние годы ростом разных форм народного недовольства, включая возмущение качеством предоставляемых коммунальных услуг, недовольство теми препятствиями, которые якобы создаются на пути профессиональных устремлений людей, и ограничением политических свобод.

В докладе делается вывод о том, что хотя в российской экономике много позитивного, в целом она становится все более слабой и уязвимой. Слабость России имеет отношение к двум взаимосвязанным динамическим характеристикам. Во-первых, из-за сильной зависимости от энергетического экспорта на Россию больше, чем на другие страны, влияют колебания в мировой экономике. Во-вторых, сложные взаимосвязи между притоком доходов от продажи энергоресурсов, качеством российских институтов и динамикой сплоченности общества создают препятствия на пути полного раскрытия и развития физических и людских ресурсов. Такое сочетание проблем может стать серьезной преградой для будущего экономического развития России, особенно с учетом того обстоятельства, что ресурсы остаются для нее самым главным активом и богатством. ■

The Guardian

Румыны и болгары, вам здесь не понравится

«Гардиан», Великобритания

Пожалуйста, не приезжайте в Британию – здесь дождливо, мало рабочих мест и работа низкооплачиваемая. Министры намерены провести кампанию антирекламы в Болгарии и Румынии, чтобы убедить потенциальных иммигрантов не приезжать в Британию.

План заключается в том, чтобы наглядно показать отрицательные стороны британской жизни; и это лишь одна из множества мер, направленных на сдерживание иммиграции в Британию в следующем году, когда истечет срок действия ограничений для граждан двух стран, желающих жить и работать в Соединенном Королевстве. Один министр заявил по поводу кампании негативной рекламы: «Она исправит впечатление о том, будто здесь улицы вымощены золотом».

Неизвестно, как будет выглядеть эта реклама и какова будет ее стратегия: показать Британию в самом ужасном свете или попытаться убедить мигрантов понять прелести и преимущества собственных стран, будь то румынские Карпаты или болгарские черноморские курорты. Правительства самых разных стран тратят миллионы, нанимая лондонских консультантов, чтобы те «отмывали их репутацию». Возникнет весьма любопытный парадокс, если Британия решит кувалдой пройти по собственному имиджу, рассказывая о зимних наводнениях, затопляющих дома, и о переполненных в субботу вечером травмпунктах.

Воодушевленные предложением Кэмерона о проведении референдума по вопросу выхода из ЕС, депутаты-тори во все большем количестве считают, что Британии следует отказаться от отмены ограничений, даже если это приведет к ссору с Еврокомиссией.

Эта идея, пусть и озвученная в предварительном плане, противоречит многомиллиардным тратам Британии на Олимпийские игры, которые отчасти имели целью улучшить репутацию страны. Кроме того, она появилась в момент, когда Министерство внутренних дел опубликовало наставление для иностранцев о том, как стать британцем, которое начинается следующими словами: «Британия – это фантастическое место для жизни: современное процветающее общество». ■

Британское правительство готово пойти на необычные меры и запустить антирекламу собственной страны – только бы сдержать поток иммигрантов из Восточной Европы, который хлынет на острова после того, как ограничения на миграцию будут сняты во всех 25 странах ЕС.



Кризис еврозоны тормозит экономический рост Центральной Европы

«Фигаро», Франция

Хотя тон заявлений звучит оптимистично, цифры обрисовывают по-прежнему тревожную ситуацию. Европейский банк реконструкции и развития обнародовал экономический прогноз для 34 государств. Его главный экономист Эрик Берглоф, в частности, утверждает, что «впервые за долгое время мы рассматриваем возможность сокращения рисков для развивающихся стран Европы, прежде всего это касается рисков из еврозоны».

Хотя буря в еврозоне, может быть, и пошла на спад, эксперты ЕБРР все же пересмотрели в сторону понижения большую часть прогнозов на 2013 г. по отношению к данным, которые были обнародованы в октябре прошлого года. Прежде всего, «наиболее сильно интегрированные в еврозону страны продемонстрируют слабые показатели роста». Объемы их экспорта в рамках Западной Европы в 2013 г. не будут расти, в сфере инвестиций сохранится застой. Рост ВВП восьми стран Центральной Европы составит в этом году 1,2% (1,7% – по октябрьским прогнозам).

В Польше, крупнейшей экономике среди этих государств, которой удалось справиться с кризисом 2008 г. благодаря динамичному внутреннему спросу, рост в 2013 г. составит всего лишь 1,5% (против 2,2% по октябрьским прогнозам). Кроме того, в двух странах будет наблюдаться рецессия: это коснется Венгрии (-0,1%) и Словении (-2%).

ЕБРР финансирует проекты на огромном пространстве, которое включает в себя 34

страны и простирается вплоть до Монголии и Египта. Государства на этой территории находятся в совершенно разном положении. Так, экономический рост на юго-востоке Европы и на Балканах замедлится до 1,5%, тогда как Средняя Азия продемонстрирует невиданные 6,9%.

Экономический рост в России шел на спад в течение трех первых кварталов 2012 г. и составил 3,5% за 2012 г. (небольшое улучшение по сравнению с октябрьским прогнозом, однако все равно двукратное отставание по отношению к ситуации до кризиса 2008 г.). Как отмечают в ЕБРР, Россия до сих пор слишком сильно зависит от газа и нефти (70% экспорта и половина доходов государства), несмотря на стремление Владимира Путина диверсифицировать экономику.

В Турции, которую часто представляют как экономического тигра на границе Восточной Европы и Средней Азии, в 2012 г. также наблюдался заметный спад в экономическом росте. Ее ВВП увеличился на 8,5% в 2011 г., «всего лишь» на 2,6% в 2012 г., а в этом году установится на отметке в 3,7%. Высокие цены на нефть, которую импортирует Турция, и ужесточение валютной политики стали тормозом для потребления и инвестиций. Как подчеркивают в ЕБРР, если раньше Турция очень сильно зависела от европейского рынка, то сейчас она совершила стратегический поворот и сделала ставку на более динамичных клиентов в Северной Африке и на Ближнем Востоке. ■

Новые прогнозы экономического развития показывают, что наиболее сильно интегрированные в еврозону страны Центральной Европы продемонстрируют слабые показатели роста. Таковы последствия общего кризисного состояния экономики еврозоны.

Квас входит в моду в Германии

«Дойче Велле», Германия



Пока владельцы немецких ресторанов решают, безалкогольный это напиток или все-таки «с градусом», в барах Германии широко пользуется популярностью коктейль «Квас-мохито».

Исконно славянский напиток начинает свое шествие по Германии: уже несколько заведений Кёльна и Берлина предлагают немцам как следует «накваситься». Новый бренд представлен в английской транскрипции: с двойной «с» — Kvass. В меню напиток можно найти между традиционным немецким пивом и заокеанской газировкой.

ЛЮБОВЬ РОДОМ ИЗ КАРПАТ

Вывести квас на западноевропейский рынок отважился немец Кристиан Дёрнер. Несколько лет назад, находясь на Украине по служебным делам, он попал в Карпаты. Там его угостили популярным напитком. С тех пор Кристиан, по его словам, — фанат кваса. Желание открыть собственное производство на территории Германии появилось давно, а осуществилось в середине 2012 г.

«Просто поразительно, что здесь о квасе мало кто знает, — удивляется предприниматель. — Вроде бы и технологии нужные есть, и Восточная Европа под боком, а в поисках новых напитков компании изучают рынки Латинской Америки и Азии». До сих пор пластиковые бутылки с квасом можно было найти лишь на полках так называемых русских супермаркетов, куда в основном заходят жители бывших республик СССР. Среди основных причин подобной непопулярности Кристиан называет следующие: Россия и Украина — пока еще не тренд в Германии, а вкус у оригинального напитка, честно говоря, специфический.

КВАС: ВАС ИСТ ДАС?

Привести вкус к эталонному, но так, чтобы не отпугнуть будущих покупателей, оказалось делом непростым. Перепробовав разные рецепты, Кристиан обратился к профессионалам — на кафедру пивоварения и технологий изготовления напитков Мюнхенского технического университета в городе Фрайзинг, где до сих пор работает старейшая пивоварня в мире «Вайенштефан». Баварские специалисты уже несколько лет консультируют ведущих производителей кваса на российском рынке.

«Существуют технические параметры по производству кваса, но с вкусовыми характеристиками можно экспериментировать, — расска-

зывает сотрудник кафедры пивоварения Мартин Царнков, который занимался разработкой рецепта для Kvass. — Мы добились более мягкого вкуса и более светлого оттенка. Наш квас — не просто летний напиток, его приятно пить и зимой. Хотя, конечно, немецкие зимы не сравнимы с российскими».

«РУССКАЯ ГАЗИРОВКА» В НЕМЕЦКОЙ УПАКОВКЕ

Напиток, который в Восточной Европе пьют обычно из одноразовых стаканчиков или пластиковых «полторашек», продается здесь в изящных стеклянных бутылках объемом 0,33 л. На дизайнерской этикетке — стилизованный танцующий казачок в папахе с голубой звездой вместо кокарды и пояснение на английском «Russian soda», то есть «Русская газировка». «Почему мы дали такое название? Просто звучит круче, — говорит Кристиан. — Не писать же скучное слово “лимонад”».

Он прямо заявляет, что его Kvass не ориентирован на русское сообщество. Целевая аудитория — жители Германии до 40 лет, регулярные посетители баров и клубов, которые готовы появиться на людях с бутылочкой кваса в руках. Некоторые заведения уже включили в свое меню коктейли на основе славянского напитка: квас с водкой, квас с абсентом и квас-мохито.

«То, что для русского звучит как шутка, — новый тренд для немцев», — со знанием дела отмечает Кристиан, не понаслышке знакомый с уличной торговлей квасом из цистерн на Украине и в России. И добавляет: «Рано говорить, что мы вводим новую традицию, скорее мы только пытаемся. В любом случае, у нашего кваса свой путь».

Однако не всем немецкий вариант напитка пришелся по душе. «Мы попробовали, но все же остановились на сортах, импортированных из России», — говорит Мариус Беккер, владелец KGB-бара в Кёльне. Его клиенты ждут традиционного вкуса и новинки принимают неохотно.

Если в киосках бутылку кваса можно приобрести за 1,5 евро, то в ресторанах цена доходит до 3,20 евро. Кстати, предприятия общественного питания никак не могут решить, каким образом им представлять квас: как алкогольный или как безалкогольный напиток. Дело в том, что его крепость 1,2 градуса. И пока одни создают специальный раздел «Квас» в карте бара, другие предпочитают обойтись рекламными карточками на столе. ■

Для тех, кто любит эксперименты, — фирменный рецепт напитка «Безумный монах» на основе кваса: 30 мл водки, 30 мл аквавита и немного апельсинового ликера смешать в стакане для виски, добавить льда и залить всё 120 мл кваса. Ну, за здоровье!





Эпоха возрождения итальянского туризма

«Уолл-стрит джорнэл», США

Италия в качестве туристической державы в последние два десятилетия уступила свои позиции Испании и Франции. Правительство намерено изменить ситуацию и привлечь в Италию большее число туристов из-за рубежа, а также создать такие условия, чтобы они посещали не только так называемые города-музеи – Рим, Венецию и Флоренцию, но и другие регионы страны.

Правительство премьер-министра Марио Монти намерено сообщить о мерах возрождения туристического сектора – отрасли, которая за последние два десятилетия уступила свои позиции Испании и Франции.

По плану предусмотрено внести изменения в строительные нормы по возведению отелей, пересмотреть налоги на туризм, более целенаправленно использовать средства, выделяемые для финансирования туризма из государственного бюджета, а также повысить уровень подготовки будущих владельцев гостиниц и специалистов в области туризма.

«Туризм – это такая область, и, пожалуй, единственная область, в которой Италия имеет явные, серьезные и устойчивые преимущества по сравнению с другими странами. Однако ни одно правительство в своей программе никогда не отводило этим преимуществам ключевой роли», – сказал Пьеро Гнуди, член кабинета министров, отвечающий за вопросы туризма.

По данным Всемирного совета по путешествиям и туризму (World Travel and Tourism Council), на долю туризма в Италии приходится 8,6% ВВП, причем в этой отрасли занято 9,7% работающего населения. Это сопоставимо с 14,9% и 9,3% ВВП в Испании и во Франции, которые опережают Италию и по созданию количества рабочих мест в отрасли.

Среди основных мер предлагается принять закон об упрощении строительных норм, что позволит приспособлять семейные отели под жилые или служебные помещения, благодаря чему владельцам ветхих зданий будет легче восстановить свой бизнес, который сейчас медленно приходит в упадок. В Италии количество гостиничных номеров в два раза больше, чем в Испании, но показатель их заполняемости при этом в два раза хуже.

Кроме этого правительство предлагает создать общественный фонд, финансируемый за счет существующих налогов, средства из которого пойдут на инвестирование в туристический сектор.

В Италии для отелей и баров НДС составляет 10%, в то время, как в большинстве европейских стран он равен 7%. По словам господина Гнуди, разницу следует направить в фонд. По его мнению, налоги, собираемые с местных отелей за размещение постояльцев, должны быть приведены в соответствие со стандартами и направлены для финансирования инициатив в сфере туризма.

Как говорит Пьеро Гнуди, испанская Майорка и соседние острова привлекают в 11 раз больше иностранных туристов, чем Сицилия, несмотря на то, что этот итальянский остров имеет более протяженную береговую линию. По его словам, Италия уступает Франции в области паломнического туризма, прибыль от которого достигает 10 млрд долл.

Таким образом, цель заключается в том, чтобы привлечь в Италию большее число туристов из-за рубежа, а также создать такие условия, чтобы они посещали различные части страны, а не только так называемые города-музеи, особенно Рим, Венецию и Флоренцию. Проблема в том, что в отелях этих городов останавливается такое же количество туристов, как во всех приморских и горных городах Италии вместе взятых. Решением этой проблемы может стать какой-нибудь крупномасштабный проект на юге страны – что-то вроде Диснейленда, который смог бы привлечь потоки иностранных туристов.

«Больше нельзя ограничиваться кемпингами и простейшими туристическими услугами – мы просто не можем себе этого позволить», – заявил он. ■

Календарь выставок МВЦ «Крокус Экспо», 2013 г.

МАРТ

16–19 марта, пав. 1, залы 2, 3, 4
Международная туристская выставка «ИНТУРМАРКЕТ (ITM)–2013»
Организатор: «Экспотур»

18–20 марта, пав. 1, зал 1
Международная выставка индустрии быстрого питания
INTERNATIONAL FAST FOOD FAIR MOSCOW / IFFF–2013
Организатор: ITE

21–24 марта, пав. 2, залы 10, 11
Международная специализированная выставка хозяйственных товаров, посуды и товаров для дома HOUSEHOLD EXPO–2013
Международная специализированная выставка товаров для дачи и отдыха за городом OUTDOOR DACHA–2013
Международная специализированная выставка товаров подарочной индустрии CHRISTMAS BOX. PODARKI
Международный форум HORECA. JUST HORECA
Организатор: «МОККА Экспо Групп»

21–24 марта, пав. 2, зал 9
Международная специализированная выставка
Высокого Интерьера LuxuryHITS (LUXURY & HIGH INTERIOR TRADE SHOW)–2013
Международная специализированная выставка товаров для дома премиум-класса STYLISH HOME. OBJECTS & TABLEWARE–2013
Организатор: «ИнтерДеко Экспо»

23–24 марта, пав. 3, залы 13, 14, 15
Международная выставка собак «ЕВРАЗИЯ–2013»
Организатор: Российская Кинологическая Федерация

26–28 марта, пав. 3, залы 17, 18
Международная специализированная выставка обуви, сумок и аксессуаров «МОСШУЗ–2013»
Организатор: «МосШуз»

26–29 марта, пав. 2, зал 8
12-я международная специализированная выставка
«ЛАНДШАФТНАЯ АРХИТЕКТУРА. ФЛОРИСТИКА»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

АПРЕЛЬ

2–5 апреля, пав. 1, 2, 3, залы 1, 2, 3, 4, 5, 6, 13, 14
Международная строительно-интерьерная выставка BUILDEX'2013
Организаторы: «Медиа Глоб», МВЦ «Крокус Экспо»

3–5 апреля, пав. 2, зал 8
Всероссийский форум-выставка «ГОСЗАКАЗ–2013»
Организатор: «Инконнект»

10–12 апреля, пав. 1, залы 1, 2, 3
16-я международная специализированная выставка электронных компонентов и комплектующих «ЭКСПОЭЛЕКТРОНИКА»
Организатор: «Примэкспо», ITE

11–14 апреля, пав. 2, залы 5, 7, 8
Международная выставка потребительской электроники
CONSUMER ELECTRONICS & PHOTO EXPO–2013
Организатор: «МИДЭКСПО – выставки и ярмарки»

18–19 апреля, пав. 2, зал 6
1-Я КОНВЕНЦИЯ РОССИЙСКИХ АВТОМОБИЛЬНЫХ ДИЛЕРОВ
Организатор: Ассоциация «Российские автомобильные дилеры» (РОАД)

18–20 апреля, пав. 3, залы 13, 14
Выставка профессиональной косметики и оборудования для салонов красоты INTERCHARM professional–2013
Организатор: «Рид-СК»

19–21 апреля, пав. 1, зал 4
4-я международная выставка MOSCOW HOBBY EXPO
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

19–21 апреля, пав. 1, зал 2
11-я международная выставка-форум «ВСЯ НЕДВИЖИМОСТЬ МИРА»
Организатор: «МБ Экспо»

22–25 апреля, пав. 2, залы 7, 8
33-й московский международный стоматологический форум и выставка «СТОМАТОЛОГИЧЕСКИЙ САЛОН»
Организатор: ДЕ-5

22–25 апреля, пав. 2, зал 5
6-й международный медицинский форум/выставка «ИНДУСТРИЯ ЗДОРОВЬЯ. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ – В ПРАКТИКУ»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

25–28 апреля, пав. 3, зал 14
5-я международная специализированная выставка
«МОСКОВСКОЕ ТЮНИНГ ШОУ»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

МАЙ

14–16 мая, пав. 2, залы 5, 6
17-я международная выставка и конференция
«MININGWORLD RUSSIA – ГОРНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ, ДОБЫЧА И ОБОГАЩЕНИЕ РУД И МИНЕРАЛОВ»
Организатор: «Примэкспо»

16–18 мая, пав. 1, залы 3, 4
Международная выставка вертолетной индустрии HELIRUSSIA–2013
Организатор: «Русские Вертолетные Системы»

21–23 мая, пав. 2, залы 7, 8
Международная выставка
«МЯСНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ. КУРИНЫЙ КОРОЛЬ / VIV RUSSIA–2013»
Организаторы: «Асти Групп», VNU Exhibitions Europe

21–23 мая, пав. 2, зал 5
Московская международная выставка ковров и интерьерных покрытий
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

21–25 мая, пав. 3, залы 13, 14, 15
Московский международный мебельный салон–2013
Организаторы: «Медиа Глоб», МВЦ «Крокус Экспо»

27–29 мая, пав. 1, залы 1, 2, 3, 4
Международный специализированный выставочный форум рынка недвижимости, инвестиций и проектов развития территорий Российской Федерации RUSREALEXPO'13
Организатор: «РусРеалЭкспо»

28–31 мая, пав. 2, залы 5, 8, открытая площадка №7
8-я международная выставка-форум по управлению отходами, природоохранным технологиям и возобновляемой энергетике
«ВЭЙСТТЭК – 2013»
8-я международная выставка «СИТИПАЙП (ТРУБОПРОВОДНЫЕ СИСТЕМЫ КОММУНАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ: СТРОИТЕЛЬСТВО, ДИАГНОСТИКА, РЕМОНТ И ЭКСПЛУАТАЦИЯ)»
Специализированная экспозиция «СКРАПЭКСПО–2013: СБОР И ПЕРЕРАБОТКА ЛОМА ЧЕРНЫХ И ЦВЕТНЫХ МЕТАЛЛОВ»
Организатор: «СИБИКО Интернэшнл»

ИЮНЬ

4–8 июня, пав. 1, 3, залы 1, 2, 3, 4, 13, 14, 15
14-я международная специализированная выставка
«СТРОИТЕЛЬНАЯ ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ»
Организатор: «Медиа Глоб»

17–20 июня, пав. 3, зал 14
Международная специализированная выставка обуви, сумок и аксессуаров «МОСШУЗ–2013»
Организатор: «МосШуз»

18–20 июня, пав. 2, зал 5
8-я международная специализированная выставка
«ROSMOULD / ФОРМЫ. ПРЕСС-ФОРМЫ. ШТАМПЫ»
4-я международная специализированная выставка сырья, оборудования и технологий для производства изделий из пластмасс «РОСПЛАСТ. ПЛАСТМАССЫ. ОБОРУДОВАНИЕ. ИЗДЕЛИЯ»
Организатор: «ЭКСПО-М-ГРУПП»

18–21 июня, пав. 1, залы 1, 2, 3, 4
18-я международная выставка упаковочной индустрии ROSUPAK
Организатор: МВК

18–21 июня, пав. 2, зал 7
Международная специализированная выставка
«ГАЗНЕФТЕХИМ ЭКСПО–2013»
Организатор: «Газнефтехим Экспо»

25–28 июня, пав. 2, залы 5, 6
14-я международная выставка «ЭКСПОКАМЕНЬ»
Организатор: «Экспострой»

Календарь выставок

АВГУСТ

28–31 августа, пав. 1, 2, залы 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
9-я международная выставка «ИНТЕРАВТО»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

СЕНТЯБРЬ

9–11 сентября, пав. 1, залы 3, 4
Международная выставка цветов, растений, техники и технологий для цветоводства и ландшафтного дизайна «ЦВЕТЫ ЭКСПО–2013»
Организатор: «ГринЭкспо», МВЦ «Крокус Экспо»

9–12 сентября, пав. 1, залы 1, 2
Международная выставка комплексных решений в транспорте и логистике INTERLOGISTIKA–2013
Организатор: «Медиа Глоб», МВЦ «Крокус Экспо»

9–14 сентября, пав. 2, 3, залы 5, 6, 13, 14, 15
12-я международная специализированная выставка «КОММЕРЧЕСКИЙ АВТОТРАНСПОРТ – 2013»
Организатор: «Медиа Глоб» – «Ганновер Экспо»

10–12 сентября, пав. 2, зал 10
24-я специализированная выставка индустрии рекламных сувениров, бизнес-подарков и материалов для промоушн «IPSA РЕКЛАМНЫЕ СУВЕНИРЫ. ОСЕНЬ»
Организатор: «ИПСА Рекламные сувениры»

16–19 сентября, пав. 2, залы 7, 8
Московский международный стоматологический форум и выставка «ДЕНТАЛ-ЭКСПО–2013»
Организатор: ДЕ-5

17–20 сентября, пав. 2, залы 9, 10, 11
Международная специализированная выставка хозяйственных товаров, посуды и товаров для дома HOUSEHOLD EXPO–2013
Организатор: «МОККА Экспо Групп»

17–20 сентября, пав. 1, залы 1, 2, 3, 4
19-я международная туристская выставка «ОТДЫХ / LEISURE»
9-я международная выставка и конференция по деловому туризму и корпоративным мероприятиям MBEXPO RUSSIA
8-я международная выставка эксклюзивного туризма LUXURY LEISURE
Организатор: «Евроэкспо»

23–26 сентября, пав. 3, залы 17, 18
Международная специализированная выставка обуви, сумок и аксессуаров «МОСШУЗ–2013»
Организатор: «МосШуз»

24–27 сентября, пав. 3, зал 15
12-я международная специализированная выставка «ОЧКОВАЯ ОПТИКА»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

24–27 сентября, пав. 2, зал 10
12-я международная специализированная выставка «ПОЖАРНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ XXI ВЕКА»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

24–27 сентября, пав. 2, залы 6, 7
Международная промышленная выставка ITFM–2013
Организатор: ITE

25–27 сентября, пав. 1, залы 1, 2
Международная специализированная выставка напольных покрытий DOMOTEX RUSSIA–2013
Организатор: «Дойче Мессе РУС»

25–27 сентября, пав. 1, залы 3, 4
Международная выставка домашнего текстиля и тканей для оформления интерьера HEIMTEXTIL RUSSIA–2013
Организатор: «Мессе Франкфурт РУС»

25–27 сентября, пав. 2, зал 8
Международная выставка рольставен, ворот, дверей, окон и солнцезащитных конструкций R + T RUSSIA–2013
Организатор: Business Media Russia

25–27 сентября, пав. 2, зал 5
10-я международная выставка INFOSECURITY RUSSIA
Организатор: «Гротек»

26–29 сентября, пав. 2, зал 9
Международная специализированная выставка GADGET FAIR–2013
Организатор: «Бюро креативных проектов»

ОКТАБРЬ

1–4 октября, пав. 3, залы 13, 14, 15
16-я международная выставка «ПИР – ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА»
Организатор: «ПИР Групп»

3–6 октября, пав. 1, залы 1, 2, 3, 4
Международная специализированная выставка «ИГРОМИР–2013»
Организатор: Конференция разработчиков компьютерных игр (КРИ)

10–13 октября, пав. 3, зал 14
15-я международная выставка «ОХОТА. РЫБАЛКА. ОТДЫХ. ОСЕНЬ»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

14–17 октября, пав. 1, залы 3, 4
4-я международная специализированная выставка-форум «ДОРОГА»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

15–18 октября, пав. 1, залы 1, 2
Международная специализированная выставка «СТАНКОСТРОЕНИЕ–2013»
Организатор: Right Solution

16–19 октября, пав. 2, залы 5, 6, 7, 8
Международная специализированная выставка I SALONI WORLDWIDE MOSCOW–2013
Организатор: Cosmit S.p.a

16–19 октября, пав. 3, зал 13
9-я международная специализированная выставка «МЕБЕЛЬНЫЙ КЛУБ»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

29–31 октября, пав. 2, залы 7, 8
Международный электроэнергетический форум «UPGrid 2013. ЭЛЕКТРОСЕТЕВОЙ КОМПЛЕКС. ИННОВАЦИИ. РАЗВИТИЕ»
Организатор: Выставочный павильон «Электрификация»

29 октября – 1 ноября, пав. 1, зал 3
16-я международная выставка машиностроения и металлообработки MASHEX
Пав. 1, залы 1, 4
12-я международная выставка PCVEXPO («НАСОСЫ. КОМПРЕССОРЫ. АРМАТУРА. ПРИВОДЫ И ДВИГАТЕЛИ»)
Организатор: MBK

29 октября – 1 ноября, пав. 2, зал 5
2-я международная специализированная выставка «КЕРАМИКА»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

31 октября – 3 ноября, пав. 2, залы 7, 8
Международная архитектурно-строительная выставка «КРАСИВЫЕ ДОМА–2013»
Специализированная выставка «РОССИЙСКИЙ АРХИТЕКТУРНЫЙ САЛОН»
Международная выставка интерьеров и декора «САЛОН ИНТЕРЬЕРОВ»
Архитектурно-строительная выставка «КРАСИВЫЕ ДЕРЕВЯННЫЕ ДОМА»
Организатор: World Expo Group

НОЯБРЬ

8–10 ноября, пав. 2, зал 6
8-я международная специализированная выставка-дегустиация «КАРТА ВИН»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

12–15 ноября, пав. 1, залы 1, 2, 3, 4
24-я международная выставка полиграфического оборудования, технологий, материалов и услуг «ПОЛИГРАФИИНТЕР'2013»
Организатор: MBK

26–28 ноября, пав. 2, зал 6
10-я международная выставка и конференция «СИЛОВАЯ ЭЛЕКТРОНИКА И ЭНЕРГЕТИКА»
Организатор: «Примэкспо», ITE

26–29 ноября, пав. 1, залы 1, 2, 3, 4
13-я международная выставка оборудования и технологий деревообрабатывающей промышленности «WOODDEX / ЛЕСТЕХПРОДУКЦИЯ»
Организатор: MBK

27–30 ноября, пав. 3, залы 13, 14, 15
20-я международная выставка парфюмерии и косметики InterCHARM
Организатор: «Рид-СК»

ДЕКАБРЬ

5–7 декабря, пав. 3, зал 13
4-я международная выставка эксклюзивных товаров и услуг TOP LINE
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

10–13 декабря, пав. 3, зал 15
13-я международная специализированная выставка «ОЧКОВАЯ ОПТИКА»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

В программе выставок возможны изменения и дополнения.



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
временипрепровождения 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.



STAR GALA

1 апреля пн. 19:00

билеты 1 200 — 5 500 р.

6+



SMOKIE

4 апреля чт. 20:00

билеты 1 500 — 12 000 р.

12+



THOMAS ANDERS

5 апреля пт. 19:00

билеты 500 — 20 000 р.

6+



ЛЕНИНГРАД

6 апреля сб. 20:00

билеты 1 000 — 9 000 р.

18+



YANNI

8, 9 апреля 20:00

билеты 800 — 25 000 р.

6+



«РУСТАВИ»

11 апреля чт. 20:00

билеты 1 500 — 10 000 р.

0+



ТАМАРА ГВЕРДЦИТЕЛИ

12 апреля пт. 20:00

билеты 1 500 — 10 000 р.

0+



МИХАИЛ ШУФУТИНСКИЙ

13 апреля сб. 19:00

билеты 1 200 — 9 000 р.

16+