

№3 (63) 2013

Бизнес и Выставки

В НОМЕРЕ:

Выставка двух океанов

Упакованный мир

Недра Родины





КРОКУС СИТИ МОЛЛ
croscitymall.ru

10 ЛЕТ БЕЗУПРЕЧНОГО СТИЛЯ



Группа Компаний
Grand Gusto Group



Сукре
Ванкейт

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



8 925 544 70 45
8 925 508 60 06

www.gg-g.ru

РЕСТОРАНЫ КРОКУС СИТИ МОЛЛ

Бюсси

кавказская кухня
+7 (495) 727-17-11



Сукре

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

Бизнес и Выставки

№ 3 (63) 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 Mamma Mia
www.mamamia.ru

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

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

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

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

QR-code



От редакции	4
КРОКУС: новости компании	5

ГЛАВНАЯ ТЕМА

RosUpack: основа успеха	6
Упакованный мир	8
Индустрия парадоксов	14
Разорвать и выбросить	16
Красота – страшная сила	20
На всех континентах.	22

ВЫСТАВКИ И РЫНКИ

Выставки, конгрессы, форумы	26
«Крокус Экспо»: день за днем.	28
Мир ковров	30
Недра Родины	34
А из нашего окна площадь Красная видна...	38
Вечный двигатель	42

ИСТОРИЯ УСПЕХА

Английская клетка	44
-----------------------------	----

ВЫСТАВОЧНЫЕ И КОНГРЕССНЫЕ ЦЕНТРЫ

В Брюссель по делу	48
------------------------------	----



ИЗ ПРОШЛОГО

Выставка двух океанов 52

ВСЁ НА ПРОДАЖУ

Новости аукционов 58

РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА

Каков склад, таков и бизнес. 61

ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ

Догнать и перегнать? 64

ДАЙДЖЕСТ

Россия и США в великую рецессию. 68

Богатые приносят пользу обществу? 72

В каком «облаке» Google хранит всё? 73

Как Китай вышел в лидеры оружейного бизнеса? . . 74

РЫНКИ И ЦЕНЫ 36, 67**КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК**

Технологии и оборудование упаковки. 24

Интерьер, товары для дома 32

МВЦ «Крокус Экспо». 79



FORUM



ОТ РЕДАКЦИИ

В последние годы мировая экономика развивается в условиях непрерывных, переходящих один в другой, кризисов. Их причинами становились в одном случае переоценка рынка недвижимости, в другом – злоупотребление финансовыми деривативами. В Европе источниками кризисов становились слабые звенья еврозоны, в частности Исландия, Греция, Кипр. По мнению многих экспертов, трудности в мировой экономике в ближайший период сохранятся.

Однако выработанная в развитых странах мира модель экономического развития с ее устойчивыми институтами и четкими правилами игры позволяла и позволяет до сих пор преодолевать возникающие проблемы. Кризисы в долгосрочной перспективе укрепляют пережившие их экономики, заставляя отказываться от неэффективных, показавших свою слабость инструментов, и разрабатывая новые подходы.

Сейчас страны-лидеры мировой экономики сохраняют в целом положительные, хотя и низкие, показатели роста. Существенным катализатором развития мирового хозяйства остается Китай, который продолжает демонстрировать самые высокие темпы роста ВВП. Другие страны группы БРИКС, хотя и несколько замедлили темпы развития, тем не менее остаются в числе активных экономик мира.

На фоне общей ситуации в мировом хозяйстве Россия также внешне выглядит неплохо, имея в целом позитивные показатели роста ВВП, относительно невысокий уровень безработицы, растущие валютные резервы. Однако абсолютные цифры обманчивы и не дают перспективного взгляда на то, как будет выглядеть Россия на фоне других – развитых и развивающихся – стран мира. Об этом на страницах журнала рассуждает президент компании «Крокус Интернэшнл», издатель «БиВ» Арас Агаларов.



Премьер-министр РФ Дмитрий Медведев посетил российскую часть международной выставки «Интурмаркет», которая с успехом прошла в МВЦ «Крокус Экспо» в марте текущего года. Это первое в истории российского туризма посещение профильной выставки столь высокопоставленным лицом. Главе правительства продемонстрировали информационные технологии продвижения туризма, туристическую карту стоимостью 2,4 тыс. руб., действующую три дня и дающую возможность посетить любые музеи столицы. На стендах Алтайского края – стратегического партнера выставки высокому гостю рассказали об уникальных особенностях и туристических преимуществах этого региона. Премьер также осмотрел стенды Ульяновской области, Республики Адыгея, Новочеркаска и Москвы. «Хорошая выставка, кто не был – посмотрите», – сказал Медведев на совещании по развитию туризма.

«Крокус Сити Молл» устроил настоящий праздник весны для самых стильных жительниц большого города – здесь состоялся Fashion Day, событие, с которого официально начала отсчет весна в мире моды. В этот день у всех, кто интересуется новинками, была возможность пополнить свой гардероб предметами из коллекций весна-лето-2013. Гости мероприятия смогли первыми приобрести эксклюзивные наряды ведущих марок. Редактор отдела моды журнала Elle Рената Харьковская давала советы, как сочетать предметы гардероба, чтобы образ был идеальным. Большой интерес гостей «Крокус Сити Молла» вызвала лекция эксперта мира моды Эвелины Хромченко. Известный модный блоггер Анжела Арутюнян провела мастер-класс на тему головных уборов.



В МВЦ «Крокус Экспо» в рамках выставки «Московское Боут Шоу» состоялась презентация Международного яхтенного фестиваля «Черное море», организатором которого является Краснодарское региональное отделение Русского географического общества. Фестиваль будет направлен на популяризацию экологического и здорового вида отдыха. На презентации был представлен маршрут яхтенного фестиваля, который пройдет через Севастополь, Балаклаву, Ялту, Феодосию, Новороссийск, Геленджик и завершится 7 июля 2014 г. в Сочи – ровно за полгода до старта зимних Олимпийских игр. Руководитель Краснодарского отделения РГО Иван Чайка сказал, что «данный проект будет способствовать тому, чтобы причерноморские города Краснодарского края становились международными туристскими центрами с развитой инфраструктурой и сюда приезжали тысячи людей».



Принято решение о строительстве пешеходного моста через Москву-реку между жилым микрорайоном в Павшинской пойме г. Красногорска и торгово-выставочным комплексом «Крокус Сити». Об этом сообщил исполняющий обязанности губернатора Московской области Андрей Воробьев. Торжественная церемония закладки первого камня состоится в середине мая. Он также сообщил, что строить мост будет ЗАО «Крокус Интернэшнл». Мост позволит жителям Красногорска получить быстрый и удобный доступ к станции метро «Мякинино», находящейся на территории Крокус Сити. А тем, кто живет в микрорайоне, примыкающем к пойме, понадобится всего 10–12 минут, чтобы дойти до метро.



Легендарный проект «Партийная зона», вернувшийся в эфир телеканала «МУЗ-ТВ», теперь осуществляется на базе самого большого в Европе ТВК VEGAS: здесь выступают звезды эстрады и идет телевизионная дискотека в прямом эфире. Два раза в месяц по воскресеньям в 19:00 каждый может приехать в VEGAS и стать участником шоу – передать привет многомиллионной аудитории в прямом эфире «МУЗ-ТВ», поздравить друзей, пообщаться с ведущими – Лерой Кудрявцевой и Отаром Кушанавили и участниками проекта. Вход свободный!

ROSUPACK: ОСНОВЫ

Для людей, принимающих решения в бизнесе, важно понимать тенденции развития рынка, чтобы прогнозировать его изменения.

Международная выставка упаковочной индустрии RosUpack–2013, которая состоится в МВЦ «Крокус Экспо» с 18 по 21 июня, покажет эти тенденции. О ней журналу «Бив» рассказала руководитель проекта RosUpack компании МВК в составе группы компаний ITE Надежда ТАЛАНОВА.



ИТЕ **Выставка RosUpack существует на рынке уже 17 лет. Что помогло вам сохранить интерес участников и посетителей к вашей выставке?**

– RosUpack – крупнейшая в России, СНГ и странах Восточной Европы выставка упаковочной индустрии, по праву получившая широкое признание международного сообщества. Ежегодно выставка собирает ведущих отечественных и мировых лидеров упаковочной отрасли. И в этом году на RosUpack будут представлены стенды более 700 компаний. Индустрия упаковки, как в нашей стране, так и во всем мире, находится на подъеме. Постоянно появляются новые материалы и оборудование, совершенствуются технологии. Выставка RosUpack отражает тенденции отрасли и ежегодно дает импульс для развития отечественной промышленности. Активная работа в течение всего года с участниками и посетителями, высокий уровень организации выставки, отличная деловая программа – вот основы успеха RosUpack.

ИТЕ **Что ждет посетителей и экспонентов на выставке RosUpack–2013?**

– Динамика предварительной регистрации посетителей на сайте показывает, что на RosUpack–2013 соберется большое количество профессионалов в области упаковки и упаковочного оборудования. В залах 2 и 3 МВЦ «Крокус Экспо» будут представлены экспозиции производителей готовой упаковки и сырья, а в залах 1 и 4 можно будет ознакомиться с упаковывающим и фасовочным оборудованием, а также оборудованием для производства упаковки постоянных участников RosUpack. Также в зале 4 и на уличной площадке можно будет посмотреть оборудование и стенды компаний раздела «Логистика и склад».

Среди экспонентов RosUpack–2013 будет много новых лиц. Впервые в нашей выставке примут участие такие компании, как «Валентина-М», «ДПС», «ЛазерЪ», «Мануфактура полимерных пленок», «Медтест», «Нео-Пак», «Саботаж Дизайн», «Студия упаковки», «ТИМ-Пак», «Фаворит-сервис», «Эй-тек» и еще более 50 российских и зарубежных предприятий.

В рамках деловой программы выставки пройдут многочисленные презентации и семинары участников, а также глобальная международная научно-практическая конференция «Российский упаковочный рынок в 2013–2014 гг. Достижения. Тенденции. Проблемы».

ИТЕ **Посещаете ли вы зарубежные упаковочные выставки?**

– Группа компаний ITE обладает широкой сетью зарубежных офисов. Над выставкой RosUpack работают менеджеры в Германии, Великобритании, Италии, Китае, Тайване, Индии, Польше. Зарубежные упаковочные выставки являются одним из инструментов привлечения участников на RosUpack. После посещения таких выставок наши менеджеры

УСПЕХА

составляют подробный отчет о проделанной на выставке работе, основных темах деловой программы, а затем выдвигают новые идеи и предложения. Потом дирекция выставки RosUpack может позаимствовать что-то из опыта посещения иностранных выставок. Например, в этом году на сайте выставки RosUpack-2013 можно будет скачать мобильный путеводитель по выставке и интерактивный каталог, также будет улучшена навигация на экспозиции в залах.

Что дает вам сотрудничество с профильными отраслевыми организациями – Национальной конфедерацией упаковщиков (НКПак) и государственными органами, например Минпромторгом, МТПП и Правительством Москвы?

– Профильные отраслевые организации являются нашими многолетними партнерами. Экспертный совет членов НКПак консультирует нас по вопросам новых тематик, деловой программы, конкурсов. Кроме того, НКПак тесно работает с другими профессиональными объединениями, ежегодно приглашает их членов посетить RosUpack. Поддержка органов власти говорит о высоком статусе выставки. В упаковочной индустрии остро стоит проблема экологичности и безопасности упаковки, а также соответствия продукции определенным стандартам. Все интересующие вопросы участники и посетители выставки смогут задать представителям государственных органов, делегация которых посетит RosUpack 18 июня.

Много ли иностранных участников на выставке?

– Россия остается для Европы привлекательным рынком. Количество иностранных экспонентов на RosUpack увеличивается из года в год. В 2013 г. свои достижения в готовой упаковке и оборудовании представят компании из Германии, Италии, Китая, Польши, Тайваня, Малайзии, Турции, Канады, Испании, Великобритании, Чехии, США, Индии, Болгарии, Нидерландов, Франции, Финляндии и Республики Беларусь.

Каковы ваши планы на будущее?

– Как организатор крупнейшей упаковочной выставки в России и во всей Восточной Европе, наша компания всегда ставит перед собой высокие цели при проведении RosUpack. Наша главная задача – содействовать бизнесу и укреплению международных связей, помогать развитию упаковочной индустрии, улавливать тенденции будущего уже сегодня. В 2013 г. мы перевели RosUpack на площадку МВЦ «Крокус Экспо», чтобы иметь возможность расширять экспозицию, привлекать новые секторы, развивать раздел упаковочных машин и логистики.



Беседовала Ольга СТАРКОВА

УПАКОВАННЫЙ

Стремление как можно лучше представить товар и сохранить его на максимально длительный срок привело к тому, что в настоящее время годовой объем мировой индустрии упаковки стал исчисляться в колоссальную сумму – 670 млрд долларов.

КАРТОННАЯ ИМПЕРИЯ

Рубен Раусинг – создатель самой мощной упаковочной компании в мире Tetra Pak, наверное, мог бы воскликнуть: «Дайте мне земной шар, и я его упакую!» Причем, по большому счету, это заявление не было бы сильным преувеличением. Возможности упаковочной индустрии за последние сто лет выросли многократно – количественно и, что особенно важно, качественно.

Ровно сто лет назад, в 1913 г., в Париже открылась первая Международная выставка упаковки. Присутствовавший на ней репортер в своей корреспонденции подробно перечислил материалы, которые экспоненты тогда предлагали для изготовления упаковки. Это – доски, клепка, фибра, опилки, пробка, картон, тростник, пальмовые ветки, пенька, джут, хлопок, вата, морская трава. А также – шкуры, кожи, шерсть, конский волос, перья и пух. И, кроме того, – железный лист, гвозди, шипы, проволока, обручи, алюминий, асбест, бутылочное стекло, фаянс.



МИР



То есть выбор материалов был широкий, а вот возможности в плане подачи товара или сохранения свежести продуктов – не слишком большие. Такая ситуация в упаковочной индустрии сохранялась до середины прошлого века, пока Раусинг не придумал для розлива молока картонные пирамидки, а затем и асептическую упаковку, позволяющую сохранять продукты свежими даже вне холодильника. В 1959 г. его старший сын Ханс Раусинг, подписывая первый контракт с Советским Союзом на поставку упаковочных машин Tetra Pak, сказал: «Если человек может прокормить себя – значит, он в этой жизни уже состоялся. Если человек может прокормить семью и обеспечить близким достойное существование, то он достоин уважения. Но задача может быть гораздо глобальнее: как сделать, чтобы в мире вообще не осталось голодных. Но если мы с вами, друзья, решим эту задачу, то станем настоящими людьми».

И Рубен Раусинг, и его сыновья имели полное право считать себя настоящими людьми. Изменения, привнесенные в жизнь сотен миллионов людей герметичным картонным пакетом, оказались куда существеннее последствий многих революций. И возможности этого нововведения еще далеко не исчерпаны, поскольку, согласно результатам исследования Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН (FAO), одна треть продуктов питания в развивающихся странах до сих пор портится и пропадает, не добравшись до потребителя, в том числе и по причине отсутствия защитной упаковки.

Сегодня оборот мировой индустрии упаковки оценивается в 670 млрд долл. Это более 100 тыс. компаний и около 5 млн человек, занятых в производстве. Только компания Tetra Laval выпускает 90 млрд упаковок в год, постоянно наращивая свои мощности. Средний рост мирового рынка тары и упаковки в первое десятилетие XXI в. эксперты оценили в 4,5%, и, по их мнению, эти темпы сохранятся и далее. Особенно быстро расширялся сегмент продовольствия, доля которого в общем



Рубен Раусинг (1895 – 1983), основатель компании Tetra Pak

Рубен Раусинг совместно с другом и партнером Эриком Окерлундом в 1929 г. основали в Мальмё первую в Скандинавии упаковочную компанию Akerlund & Rausing. Поначалу компания не приносила прибыли, и в 1933 г. Окерлунд продал свою долю Раусингу, который стал единоличным владельцем. В те годы молоко и соки продавались в неудобных тяжелых стеклянных бутылках. Раусинг поставил себе целью найти более современный и удобный способ упаковки.



В 1951 г. Раусинг основал в Лунде компанию Tetra Pak, в основу деятельности которой положил изобретение Эрика Валленберга – тетраэдрическую упаковку. Отсюда и название компании. Однако коммерческий успех пришел только в середине 1960-х гг., после появления упаковки Tetra Brik и асептической технологии. Сейчас Tetra Pak – крупнейший в мире производитель упаковки для продуктов питания, работающий более чем в 170 странах и имеющий более 22 тыс. сотрудников.

На 100 крупнейших компаний приходится около 45% оборота упаковочной отрасли в мире, на 20 ведущих компаний – 25%.



Первый контракт Tetra Pak с СССР был заключен в 1959 г.



ПРОГНОЗЫ РАДУЮТ

По прогнозу компании Pira International, в ближайшие пять лет оборот мировой индустрии упаковки достигнет 820 млрд долл. Рост в основном произойдет за счет увеличения спроса в странах с развивающейся и переходной экономикой. По данным Pira, в 2010 г. США были крупнейшим рынком упаковки с потреблением 137 млрд долл. Китай был на втором месте – 80 млрд долл. Как ожидается, в 2017 г. Китай превзойдет США по этому показателю. В десятку стран-лидеров в ближайшие пять лет войдет Индия – здесь потребление вырастет почти в два раза и достигнет 24 млрд долл.

На долю картона приходится самый большой сектор рынка упаковки – 210 млрд долл. в 2010 г. Он сохранит лидерство как минимум до 2016 г., когда объем этого рынка составит 250 млрд долл.

Второй по важности материал – жесткий пластик (доля рынка – 21%, объем в 2010 г. – 144 млрд долл.) К 2016 г. ожидается рост до 200 млрд долл. Рынок гибкой упаковки вырастет с 130 млрд долл. в 2010 г. до более чем 163 млрд к 2016 г.

Металлическая упаковка с долей рынка в 15% в 2010 г. будет терять свои позиции, уступая жесткому пластику, и займет только 14% рынка в 2016 г.

Спрос на стеклянную тару также замедлится – в среднесрочной перспективе он вырастет только до 53 млрд долл по сравнению с 43 млрд в 2010 г.

Пищевая отрасль и здравоохранение будут оставаться крупнейшими конечными потребителями упаковки.



По информации торговых сетей, удачные решения в упаковке готовой продукции дают прирост объемов продаж до 30%.

Объемы производства упаковки выросли до 60%. Всего же на упаковку потребительских товаров приходится 70%, а на упаковочную продукцию промышленного назначения – только 30% всего рынка упаковки.

По утверждению Intesco Research Group, крупнейшим рынком тары и упаковки были и остаются США. Значительно «прибавили в весе» рынки Азии и Латинской Америки, где значительно выросло производство ряда продуктов питания, а значит и производство упаковки для них. Россия по-прежнему отстает не только от сопоставимых по населению стран, но и от своих европейских соседей. Хотя, как отмечают специалисты, темпы прироста российского рынка тары и упаковки выше, чем в большинстве государств мира.

УМНАЯ ТАРА

Какие функции должна выполнять упаковка? Казалось бы, они остаются неизменными на протяжении веков. Прежде всего, она должна быть тарой, или емкостью для продукции. Во-вторых, защищать от внешнего воздействия и как можно дольше сохранять в первоначальном виде свое содержимое. И, наконец, информировать покупателя о товаре.

Однако в последние десятилетия в связи с бурным ростом рынка полуфабрикатов высокой степени готовности у упаковки появилась еще одна функция: она предполагает способ доведения продукта до готовности. Для этого используются многослойные и комбинированные пленки на основе полиэтилена, полипропилена, полиамида, а также их сочетания с добавлением других материалов. К примеру, для упаковки готовых блюд, требующих последующего разогрева, применяются специальные полимерные пленки, выдерживающие высокие температуры. Металлизированные материалы на основе полипропилена могут ускорить процесс разогрева, сохранив при этом герметичность упаковки. Сегодня есть материалы, позволяющие не только разогревать, но и запекать замороженные полуфабрикаты. При этом вкусовые качества продукта не отличаются от свежего.

Все шире используется вакуумная упаковка, которая позволяет герметично упаковывать продукцию и увеличивать сроки реализации. Для жидких, горячих продуктов, супов, соусов, мясных и овощных пюре сегодня применяется новая технология – так называемое псевдовакуумирование. Оно подразумевает удаление из упаковки воздуха паром высокого давления. Помимо этого новые материалы, исполь-



В СССР, а затем и в России борьба за экологию пока никаких результатов не дала. Экологически чистые продукты, как и экологическая упаковка, остались игрушкой для богатых, всего лишь еще одним знаком отличия от остальных.

Все больше применяются при переработке и расфасовке продуктов скин-упаковки, которые представляют собой подложку с продуктом, упакованным под вакуумом в плотно прилегающую специальную пленку. Она позволяет покупателю хорошенько рассмотреть продукт.



зующиеся в пищевой промышленности, предоставляют возможность проводить также стерилизацию или пастеризацию уже готовых упаковок.

Сравнительно новым словом является технология газации, в основе которой лежит создание в упаковке модифицированной газовой среды. Она подавляет рост микроорганизмов на поверхности продуктов, поддерживая их микрофлору на необходимом уровне, сохраняет первоначальные вкусовые, ароматические и другие свойства в течение определенного времени, регулирует выделение кислорода из продукта и проникновение кислорода в упаковку, а также значительно увеличивает сроки хранения без изменения качества продукта. Технология газации сегодня широко применяется для упаковки изделий из мяса, птицы, рыбы и пр.

Совершенствуется и упаковочное оборудование. Увеличивается скорость его работы и возможности. Дальнейшая автоматизация процесса упаковки привела к тому, что некоторые комбинированные линии позволяют дозировать, а затем и укладывать вместе от 10 до 15 продуктов, различных по консистенции, снабжать каждую упаковку столовыми приборами, в общем, максимально подготовить к немедленному употреблению.

ЕЩЁ И ЭКОЛОГИЧНАЯ

У любого открытия, автор которого собирался облагодетельствовать человечество, неизбежно обнаруживается и обратная сторона, как правило, не слишком приятная. Так было и с пластиковой упаковкой. По мере роста производства горы использованной тары настолько забили мусорные полигоны, что те стали угрожать городам и природе. Первой обеспокоилась этой проблемой Европа. Затем – Америка. Оперативно принятые многими парламентами очень

Компания Freedonia Group прогнозирует, что мировой спрос на экологически рациональную упаковку, включая вторично переработанную, повторно используемую и биоразлагаемую, будет увеличиваться ежегодно на 5,7% и достигнет в 2015 г. 212 млрд долл.



Мировая индустрия упаковочных материалов (%)

2010 г. – 670 млрд долл.



2016 г. – 828 млрд долл. (прогноз)



Источник: журнал «Тара и упаковка», № 6, 2012.

жесткие законы помогли несколько уменьшить остроту вопроса, но не сняли его целиком.

В СССР, а затем и в России борьба за экологию пока никаких результатов не дала. Экологически чистые продукты, как и экологическая упаковка, остались игрушкой для богатых, всего лишь еще одним знаком отличия от остальных. Однако это не означает, что промышленность от проблемы отмахнулась. Отказ заниматься ею вызвал бы крайне негативную реакцию у западных партнеров и, безусловно, у и без того немногочисленных экспортеров российских товаров.

Что же касается мировой тенденции, то она сегодня определилась достаточно четко: экологическая безопасность становится одним из главных критериев для всей упаковочной индустрии. К этому её подталкивают и требования ужесточающегося законодательства, и растущее экологическое сознание общества. В связи с этим можно с высокой степенью вероятности предсказать усиление как минимум двух тенденций. Первая предполагает активное расширение рынка пластиковой упаковки, поскольку все больше появляется биоразлагаемых пластиков и других материалов, которые легче вторично перерабатывать и использовать, постепенный уход упаковочной отрасли от полимеров, полученных из нефтепродуктов, к биополимерам – пластикам, изготовленным из возобновляемых ресурсов. Вторая обещает рост сектору картонной и бумажной упаковки. Бумага – это фактически самый «зеленый» материал. Усовершенствование её защитных свойств сегодня рассматривается специалистами в качестве важнейшего шага в повышении ее жизнеспособности как упаковочного материала.

Возможно появление и других направлений. Но какими бы они ни были, развитие пойдет в одном русле – повышения экологичности продукции отрасли. Это данность сегодняшнего дня, и её уже не изменить.

Владимир РУБЦОВ

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://baltiia-tk.ru>

Email:
ptk_baltia@mail.ru

ТОРГОВЫЙ БАЛТИЯ КОМПЛЕКС

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:

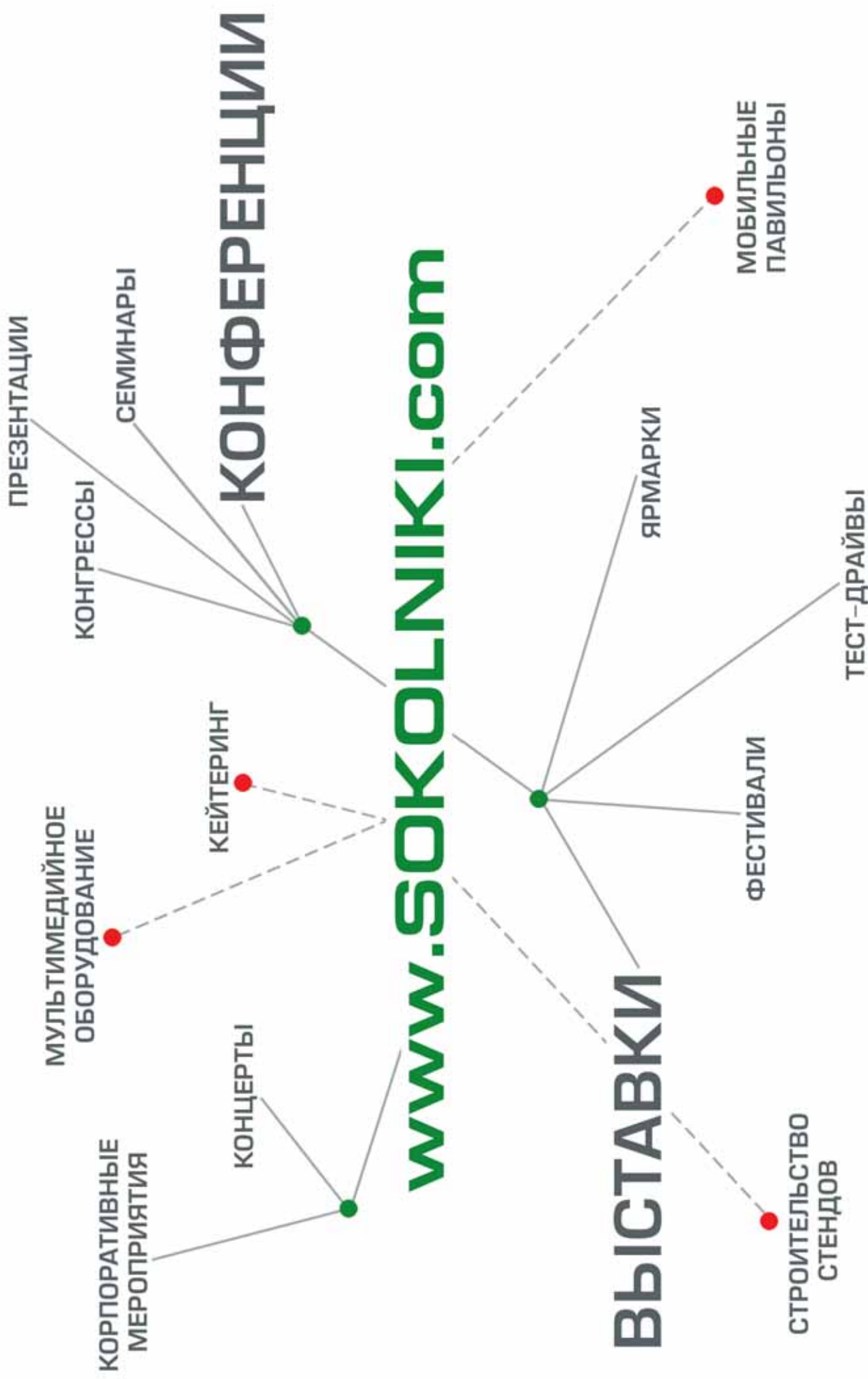
- корпоративные сайты,
- Интернет-магазины,
- тематические порталы
- сайты-визитки и многое другое!

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



ИНДУСТРИЯ

Одна из важнейших отраслей современной промышленности, от которой во многом зависит конкурентоспособность российских товаров, состояние экологии и здоровье граждан, получает необъяснимо мало внимания со стороны властей. Об этом рассказывает генеральный директор Национальной конфедерации упаковщиков Александр БОЙКО.



Российская индустрия упаковки, бурно развивающаяся последние 20 лет, во многом парадоксальна.

С одной стороны, с ее продукцией сталкивается практически всё население страны и большая часть предприятий перерабатывающей промышленности. От ее деятельности зависит конкурентоспособность многих отечественных товаров, в первую очередь продовольственных. Да и сам годовой оборот российского упаковочного рынка, измеряемый сегодня сотнями миллиардов рублей, численность занятых и многие другие факторы требуют оценивать эту отрасль как одну из важнейших.

С другой стороны, мало кто из представителей законодательной и исполнительной власти, пекущихся о развитии отечественного перерабатывающего производства, знает о делах, достижениях, проблемах этой отрасли. Ни в одной из федеральных программ понятие «упаковка» не фигурирует. А такая форма государственного воздействия, как таможенное регулирование, ставит отечественного производителя в неравные и худшие условия по отношению к зарубежным поставщикам упаковочных материалов, изделий и оборудования.

И все-таки российская упаковочная индустрия продолжает развиваться. Прирост производства в 2012 г. превысил 6%, что больше ожидавшегося. Но еще большего внимания заслуживают важные качественные и ассортиментные изменения. За сравнительно небольшой срок ряд предприятий нашли возможности вложить значительные средства в реконструкцию и техническое перевооружение. Введено в действие самое прогрессивное оборудование и освоены новые технологии. Сегодня отечественные промышленные потребители имеют возможность получить современную упаковку, обеспечивающую эффективные упаковочные решения, изготовленную у нас в стране. Более того, по ряду видов упаковки предложение превышает спрос, что создает высококонкурентный рынок. Причем доля импортной упаковки не превышает 15–20%. Еще лет 20 назад такими цифрами характеризовалась доля отечественной упаковки.

В 90-е годы прошлого века производство упаковки было сосредоточено в Центральном регионе. Сегодня эта отрасль активно развивается и в Приволжском, Южном, Уральском и Сибирском федеральных округах. Происходит сближение размещения мощностей по производству упаковки с основными ее потребителями.

Здесь наблюдается еще один парадокс, связанный с инфраструктурой российского упаковочного рынка. Производство и потребление упаковки в регионах растет, а выставки этой тематики не только не крепнут, а в большинстве своем прекращают существование. Один из наиболее ярких примеров – Санкт-Петербург, где сегодня нет ни одной полноценной упаковочной выставки. Причем, такие выставки до недавнего времени там успешно функционировали, а с точки зрения производства и потребления упаковочных материалов, изделий и оборудования Северо-Запад – один из ведущих регионов.

Одной из определяющих тенденций, характеризующих современное состояние российской индустрии упаковки, стало укрупнение произ-

ПАРАДОКСОВ

водства и его интеграция. Все большее число предприятий расширяют технологии, стараясь охватить весь цикл изготовления упаковки. Это позволяет привлечь дополнительные инвестиции, оптимизировать затраты и повысить культуру производства.

В годы кризиса изменилась структура производства и потребления в России упаковки из различных материалов. Если до 2008 г. лидировала упаковка из бумаги и картона, то начиная с 2009 г. на первый план вышла полимерная упаковка. Одной из основных причин этого стало стремление компаний-потребителей снизить в кризис затраты на упаковку. Это повлияло на качество производства материалов, снизило требования к дизайну. Последовавший вслед за этим рост потерь упакованных ненадлежащим образом товаров показал, что экономия за счет упаковки чревата большими убытками.

Одним из факторов дальнейшего роста упаковочного рынка является увеличение выпуска продукции в потребляющих упаковку отраслях. В первую очередь, это отрасли пищевой промышленности, использующие от 60% до 85% видов упаковки. Продолжает увеличиваться доля упакованных товаров в отраслях, ранее практически не упаковывавших свою продукцию. Это строительные материалы, запасные части и многое другое. Значителен потенциал у рыбной отрасли, имеющей пока невысокие показатели выпуска расфасованных и упакованных товаров. Всё более высокие требования предъявляет рынок в отношении упаковки, препятствующей реализации контрафактной продукции, а также к фармацевтической упаковке.

Вот лишь некоторые из тенденций, определяющих развитие российского упаковочного рынка.

- Рост производства и применения упаковочных материалов, обеспечивающих увеличение сроков хранения продуктов, фасовку в модифицированных сферах, использование высокоскоростной упаковоч-

Индексы роста производства упаковки в России

Годы	По стоимости	По объему
2007	100	100
2008	107	108
2009	102	105
2010	105	109
2011	110	112
2012	116	118



ной и фасовочной техники (многослойные полимерные пленки, гофротара с микропрофилем, высококачественная стеклотара).

- Развитие производства упаковки с программируемыми свойствами.
- Расширение использования термоформованных средств упаковки, термоусадочных и стретч-пленок.
- Совершенствование дизайна упаковки.
- Развитие розничной торговли, снижение доли реализации товаров на открытых рынках, рост сетевой торговли и использования брендов.
- Развитие инновационных технологий, в том числе нанотехнологий, в производстве и применении упаковки и многое другое.

Складывающиеся экономические условия, с одной стороны, предоставляют производителям упаковочных материалов и изделий новые возможности, с другой – требуют значительной оптимизации их деятельности. Необходимо решать такие вопросы, как создание экологичных и безопасных материалов с возможностью их вторичной переработки, повышение защитных и барьерных свойств упаковки с учетом современных условий хранения и потребления продуктов, снижение материалоемкости упаковки.

Среднестатистический уровень потребления упакованных продуктов питания достигает в России 170 кг на душу населения, что заметно меньше, чем в развитых европейских странах (более 250 кг). При этом объемы потребления упакованных продуктов питания в 2011 г. выросли почти на 12%, и, согласно прогнозам, до 2015 г. прирост будет составлять в среднем 11% в год. Такой рост, а также изменения в потребительском поведении населения повлекут за собой дальнейшее развитие российской индустрии упаковки во всех ее областях.

Отечественный рынок упаковки, по данным Всемирной организации упаковщиков (WPO), входит в десятку крупнейших мировых рынков.

Структура производства и потребления упаковки в России, %

Виды упаковки	До 2008 г.	В наст. время
Картонная и бумажная	39	35
Полимерная	34	39
Стекланная	14	12
Металлическая	8	9
Упаковка из дерева и пр.	5	5



РАЗОРВАТЬ И

Упаковка живет один день. Как бы ни была она красива и прочна, ее удел – быть вскрытой и выброшенной на помойку. Редко когда упаковку используют повторно. Исключение составляют, пожалуй, стеклянные банки да пакеты из-под молока, которые российские огородники, привыкшие на всем экономить, приспособливают под рассаду.

Какое раздражение и эстетическое отторжение еще недавно вызывала толстая рыхлая бумага, в которую заворачивали и масло, и селедку, и мясо, и тонкую фарфоровую чашку, и резиновые галоши. Сегодня круг замкнулся, и защитники окружающей среды во всем мире ополчились на красивые и прочные пластиковые пакеты и коробочки, утверждая, что они чуть ли не грозят крахом всей цивилизации. Сейчас модной и экологичной считается опять бумажная упаковка, причем чем хуже и грубее бумага – тем моднее.

Производители самых разных товаров во многих странах мира подвергаются давлению со стороны экологов, требующих сократить количество упаковки и кардинально поменять ее качество.

Один путь – это слегка видоизменить сам процесс упаковывания. Например, уменьшив размер

тары, можно сократить расходы предприятия и снизить негативное воздействие на окружающую среду. Среди профессионалов, правда, высказывается и иная точка зрения – они утверждают, что правильно упакованный товар дольше сохраняет свои свойства, не портится, а значит, с точки зрения влияния на окружающую среду, он имеет преимущества перед неупакованным.

Увязать требования экологов с интересами производителя, торговли и потребителя весьма трудно. Ведь, с одной стороны, производитель и потребитель хотят, чтобы упаковка была максимально прочной – не билась, не разлагалась, не ломалась, не мялась, не растворялась. С другой стороны, чтобы сохранить экологическое равновесие, она должна быть разрушена, уничтожена, химически разложена. Найти компромиссное решение не так-то просто.



Перед учеными и производителями стоит вопрос: как увязать интересы экологии с интересами промышленности и торговли, как создать идеальную упаковку?

ВЫБРОСИТЬ

ВРАГ ГОСУДАРСТВА № 1

Наибольшее неприятие в последнее время вызывает упаковка из полимерных материалов. А тонкие пластиковые пакеты, которые еще недавно казались такими гигиеничными и удобными, и вовсе объявлены врагами человечества. В этом, безусловно, есть резон. Ведь бумага, картон, стекло, алюминий, пусть с энергетическими затратами, но могут быть переработаны и использованы повторно. От тонких пластиковых пакетов избавиться невозможно. В естественной среде они разлагаются тысячи лет.

Власти многих стран и городов начали бороться с пластиком законодательно – они запрещают его использование.

Так, в конце 2012 г. правительство Швейцарии с перевесом в один голос приняло решение о запрете обычных пластиковых пакетов. Со временем их должна заменить современная упаковка, подлежащая переработке.

В настоящее время швейцарцы используют до 240 млн пластиковых пакетов в год, которые впоследствии оказываются выброшенными, загрязняя города и леса. Правда, предложенная правительством альтернатива в виде бумажных сумок не всем показалась удачной. По мнению критиков, бумага вряд ли сможет стать достаточно качественной заменой полиэтилену, а кроме того, считают они, основные загрязнители – это не пакеты, а бутылки, жевательная резинка и прочие отходы. Как пишет сайт Upravkovo.ru со ссылкой на газету Le Matin, противники запрета приводит

ли статистику, согласно которой общая масса пластиковых пакетов составляет всего 3 тыс. т от 850 тыс. т всего производимого в стране мусора.

А вот в городском совете Лос-Анджелеса сомневающимся не было – он единодушно ввел запрет на использование пластиковых пакетов в супермаркетах; 7,5 тыс. магазинов обязаны в течение шести месяцев перейти на упаковку из бумаги, картона или других разлагаемых материалов.

«Это прекрасно для окружающей среды – для океана и пляжей, это сделано для нашего же блага в будущем. Я считаю, это победа для всех нас», – цитирует агентство «Рейтер» слова члена городского совета Лос-Анджелеса Эда Рейеса. По оценкам экологов, в городе с населением около 3,7 млн человек ежегодно используется около 2,3 млрд одноразовых пластиковых пакетов.

Наши ближайшие соседи украинцы также подключились к нападкам на пластик. В правительстве Украины разработали законопроект о запрете производства и распространения в стране полимерных пакетов. Под запрет подпадут все бытовые пакеты объемом до 20 л (ранее хотели ввести мораторий только на тонкие пакеты). Производителям и торговым сетям необходимо будет переориентироваться на бумажные или на полимерные биологические пакеты, т.е. такие, которые разлагаются под влиянием окружающей среды. Введение запрета ожидается с 2014 г.

Газета «Коммерсант-Украина» приводит аргументацию инициа-



Около 90%
произведенной
когда-либо
в мире
пластмассы
существует до
сих пор.

В мире ежегодно используется от 500 млрд до 1 трлн одноразовых пластиковых пакетов, из них 380 млрд приходится на США. Впервые запрет на использование пакетов был введен в некоторых магазинах Сан-Франциско еще в 2005 г., затем эту меру применили отдельные города в еще нескольких штатах. В Калифорнии от использования пластиковых пакетов отказались 45 городов.



В России всего 3% пластика идет во вторичную переработку.

торов законопроекта: «Полезная часть жизненного цикла составляет 15–20 минут, пока пакет используется для хранения товара, после чего начинается следующая, значительно более продолжительная, часть – тысяча лет на полигоне или свалке».

Российские ученые разделяют негативное отношение к пластику как к загрязнителю окружающей среды. «Пластик крайне неприятен со всех точек зрения: естественным путем он разрушается сотни лет, искусственно сжигать или перерабатывать его – чаще всего себе дороже. И из океана так просто его не выловить», – сказал РИА «Новости» сотрудник Всероссийского научно-исследовательского института рыбного хозяйства и океанографии Кирилл Кивва. По его словам, от пластика, который уже попал в природную среду, избавиться практически нереально – слишком трудоемким и дорогим стал бы этот процесс. При этом единственной мерой, по его мнению, оказался бы постепенный отказ от полиэтилена и полипро-

пилена – основных «мусорных полимеров». Однако реальных шагов по решению проблемы отходов в России пока не предпринимается.

КТО ВО ЧТО ГОРАЗД

Запретить использовать пластиковую упаковку – самый простой, но не самый креативный путь решения проблемы. Что взамен? Вот вопрос, который встает перед учеными и производителями. Не переходить же в самом деле обратно на картон из опилок. Ученая мысль идет по нескольким направлениям.

Первое – это переработка пластмасс для дальнейшего использования. Второе – создание пластмасс, способных саморазрушаться под воздействием природных факторов (свет, ультрафиолетовое излучение, микроорганизмы). Третье – разработка биологически инертных материалов, т.е. водорастворимых и съедобных упаковок (твердый желатин, амилаза, коллагеновые искусственные съедобные упаковки). По всем направлениям за рубежом идет энергичная работа.



В настоящее время человечество производит в 20 раз больше мусора, чем 20 лет назад. При этом до 70% твердых бытовых отходов – это пластиковая упаковка.

НЕ СДАШЬ МУСОР – НЕ ПОЕДЕШЬ

Пассажиры пекинского метро теперь могут извлекать выгоду из мусора. 12 декабря 2012 г. в подземке китайской столицы установили автоматы по сбору пластиковых бутылок. На вырученные средства пассажиры смогут оплатить проезд. За каждую бутылку автомат дает от 0,1 до 0,5 юаня (от 50 коп. до 2 руб.). Чтобы получить одну бесплатную поездку, нужно сдать 20 бутылок. В автомате бутылки будут сжиматься так, что их размер составит лишь третью часть от начального. Затем их будут отправлять на переработку. Ежегодно китайцы выбрасывают более 3 млн т пластиковых бутылок. «Утилизация такого количества тары могла бы сэкономить до 18 млн т нефти в стране, – отмечает эксперт Чэн Хуэйцян. – Если мы будем использовать каждую выброшенную бутылку еще раз, это можно будет сравнить с открытием нового нефтяного месторождения».



**ПОДГОТОВКА
ТЕХНИКИ
К ВЫСТАВКАМ**
с последующим сопровождением

Graix
www.s-graix.ru
info@graix.ru

- полировка кузова
- полировка стекол
- чернение резины
- уборка салона
- ежедневная уборка выставочного стенда

+ 7 (495) 972 24 51

A yellow Graix loader is shown in the center of the advertisement, with its bucket raised. The loader has 'GRAIX' written on its side.



За последние 10 лет мировое производство и потребление полимерных материалов возросло более чем на 50%. Около 75% из них используется для выпуска тары и упаковки, емкостей для детского питания, асептических систем и ампул и т.д.

Одна из немецких фирм разработала и производит новый полимерный материал биопол, предназначенный для упаковки фармацевтической и косметической продукции. Материал создан на основе полимеров и микро-

организмов. При захоронении он разлагается в течение 24 месяцев на углекислый газ и воду. Ирландская компания Holfeld Plastics объединила усилия с научно-исследовательской фирмой

из биопластика прочность и стойкость к повреждениям. При этом утилизация предметов, изготовленных из нового материала, проходит без ущерба для окружающей среды и пищеварительного тракта человека. Citrox Bio-Sciences для разработки асептической упаковки из сердцевины апельсина, которая поможет предотвратить образование пищевых отходов и повысить безопасность продуктов питания. Такая упаковка призвана увеличить срок хранения продукта, сообщает UraKovano.ru. Проект частично финансируется Европейской комиссией и называется Ecorepeat. В данный момент компания Holfeld обладает эксклюзивной лицензией на использование Citrox в упаковочных форматах. Однако продукт до сих пор находится на стадии разработки.

Ирина МУРАВЬЕВА

В 2010 г. мировое производство биоматериалов составило 720 тыс. т, или 0,3% от общего производства полимерных материалов.

Аргентинские исследователи создали нетоксичный материал, безвредный как для окружающей среды, так и для человека. Изготовленные из биопластика контейнеры и упаковка съедобны, как и хранимые в них пищевые продукты. Основой материала послужили крахмальные экстракты зерновых культур и маниоки. Наночастицы обеспечивают издели-

Ирландская компания Holfeld Plastics объединила усилия с научно-исследовательской фирмой

Аргентинские исследователи создали нетоксичный материал, безвредный как для окружающей среды, так и для человека. Изготовленные из биопластика контейнеры и упаковка съедобны, как и хранимые в них пищевые продукты. Основой материала послужили крахмальные экстракты зерновых культур и маниоки. Наночастицы обеспечивают издели-



ОТЕЛЬ «ГОСТИНЫЙ ДОМ»

Деловой подход и семейные ценности
Русское гостеприимство с европейским комфортом



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

10 мин до Крокус Экспо
30 мин до Шереметьево



Связан ли внешний вид упаковки с тем, что находится внутри? Всегда ли красивая упаковка побуждает потребителя купить товар? Круглая или квадратная? Жёлтая или зелёная? Какой должна быть идеальная упаковка?



КРАСОТА —



Ответить на эти вопросы попыталась петербургская компания Freedomart. Она провела исследование, целью которого было выявление у людей устойчивых ассоциаций между формой и цветом упаковки продуктов питания и самим упакованным товаром.

В компании уверены, что правильно выбранная упаковка (ее форма, цвет и дизайн) обязательно скажется на продажах.

Форма и цвет упаковки способны натолкнуть покупателя на ассоциации с хорошим качеством и вкусом упакованного товара, заставить его протянуть руку именно к этому товару.

В исследовании, которые провела компания Freedomart, приняли участие 1277 мужчин и женщин в возрасте от 21 до 35 лет. Исследование заняло около пяти месяцев.

На первом этапе работы респондентам было предложено 169 фигур разной формы и разного цвета. Испытуемых просили напротив каждой написать продукты питания, которые, по их мнению, могли бы находиться в упаковке такой формы и цвета.

После пилотажного исследования в компании выделили несколько десятков продуктов для дальнейшего исследования, в том числе помидор, курицу, орешки, мороженое, сливочное масло, клубнику, шоколад, хлеб и многое другое. Были отобраны формы упаковок, цвета и группы товаров для дальнейших исследований. Из 13 форм и 13 цветов были выбраны в итоге 8 форм и 4 основных цвета.

Для основной части исследования были выбраны следующие прототипы упаковки: цилиндр, конус, куб, пирамида, прямоугольный параллелепипед, закругленный конус, закругленный прямоугольник, закругленный цилиндр. Каждая фигура была представлена в четырех цветах: серый, красный, белый, зеленый. Итого 32 фигуры разной формы и цветов.

В исследовании специально использовались максимально непохожие друг на друга формы. Респонденты понимали, что все предложенные формы и цвета упаковок в обычной жизни могли бы быть сделаны из любого материала – стекла, пластика, картона, жести и пр.

Участники эксперимента получили несколько объемных фигур и образцы продуктов. Им предстояло подумать и выбрать, в упаковку какой формы и цвета они бы положили эти продукты.

Сложность исследования заключалась в том, чтобы найти связь между фигурой и продуктом питания.

На основе частоты выбора определенных фигур исследование показало, какие формы и цвета лучше всего подходят или не подходят тем или иным продуктам питания. На основе статистических данных была построена матрица, благодаря которой можно быстро и точно понять, какому типу продуктов подходит какая упаковка.

Так, округлая упаковка, в цветовом спектре которой мало выражен голубой цвет, слабо ассоциируется со сливочным маслом, творогом, сыром, шоколадом и сахаром, зато такая упаковка будит мысли о помидорах, колбасе, клубнике, какой-либо из приправ, икре и луке.





СТРАШНАЯ СИЛА

Форма упаковки, у которой выражены острые углы, может ассоциироваться с конфетами, творогом, сметаной, чаем, клубникой, но маловероятно будет ассоциироваться с колбасой, солонкой, рыбой.

Форма упаковки, у которой нет окружности, которую можно описать через один-два параметра, но у которой преобладает красный спектр, при слабом наличии зеленого, скорее всего будет ассоциироваться с морковью, клубникой, котлетами, но маловероятна ассоциация с луком, горохом, огурцом.

Упаковка, имеющая окружность, закругленность, в цвете которой преобладают красный и голубой оттенки, скорее всего, будет ассоциироваться с тестом, майонезом, сахаром, но меньше всего подойдет к огурцам.

Гипотеза исследователей подтвердилась. Они выявили частоту выбора определенных геометрических фигур, которые могут ассоциироваться с различными продуктами питания. Этот вывод может помочь производителям выбрать для своих продуктов наиболее подходящую упаковку.

По материалам журнала «Тара и упаковка»



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

BUILDEXPO
 Генеральный застройщик МВЦ «Крокус Экспо»

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





НА ВСЕХ

Сектор экономики, связанный с производством упаковки, имеет любопытный двойственный характер. С одной стороны, это достаточно обширная сфера, имеющая свои технологии, специальные материалы, использующая оригинальное оборудование. С другой – она выполняет вспомогательные функции, обслуживая практически все производства. Универсальность и разнообразие этой отрасли отражаются в огромном количестве специализированных выставок, проводимых во всем мире.

Интерес к упаковочной сфере особенно вырос в последние десятилетия, что связано с разработкой новых технологий и упаковочного оборудования, с появлением разнообразных материалов с универсальными свойствами, с повышением требований к экологичности упаковки. Презентации новых разработок происходят, как правило, на крупных международных выставках, посвященных упаковке.

Одной из ведущих в этой сфере является выставка Emballage, проводимая с 1947 г. в Париже раз в два года. Другой крупной упаковочной выставкой в Европе является Interpack, проводимая с 1958 г. в Дюссельдорфе один раз в три года. Выставка Interpack представляет интерес для специалистов, работающих в таких отраслях, как пищевая и кондитерская промышленность, химическая, фармацевтическая, косметическая отрасли, машиностроение, электронная промышленность, опто-розничная торговля, сфера услуг, ремесло и наука.

В Германии проводится еще одна важная упаковочная выставка – FachPack. Она организуется в Нюрнберге ежегодно с 1979 г. (кроме тех лет, когда проходит Interpack). Эта экспозиция специализируется в области инновационных технологий упаковки, этикетирования, оборудования для полиграфии и производства упаковки. Одновременно с ней проводятся выставки PrintPack (печать на упаковке) и Logintern (логистика упаковки),



Выставка Emballage проводится в Париже раз в два года. В ноябре 2012 г. она проходила в выставочном комплексе Paris-Nord Villepinte в 40-й раз. В ней приняло участие 1300 компаний, из которых почти половина была из других стран, экспозицию посетили 86 тыс. специалистов, из них 36% прибыли из-за рубежа. Площадь выставки превысила 130 тыс. кв. м. Концепцией экспозиции организаторы объявили девиз: «Пакуй с умом – инновации и решения: всё, что нужно знать!» (Pack Smart – Innovations & Solutions: Everything You Need to Know!)

КОНТИНЕНТАХ

что обеспечивает этому совместному мероприятию высокий уровень участия и посещаемости. Эта комбинированная выставка занимает площадь около 100 тыс. кв. м, а число участников превышает 1 тыс. компаний, ее посещают порядка 35 тыс. специалистов.

С периодичностью 1 раз в три года проводится еще одна крупная европейская выставка – IPACK-IMA, организуемая в Милане с 1961 г. В 2012 г. в ней приняло участие более 1300 компаний, треть из которых прибыли из 35 стран мира. Выставку посетили 54 тыс. специалистов, четверть из них были из других стран. IPACK-IMA известна как базовая выставка для одного из богатейших мировых рынков – Южной Европы и Средиземноморья. Эта экономическая зона насчитывает около 900 млн потребителей, а емкость рынка составляет около 8 млрд евро. В 2015 г. IPACK-IMA пройдет совместно с Всемирной выставкой EXPO-2015, девизом которой будет: «Накормить планету, энергия для жизни». В связи с близостью тематики сроки проведения IPACK-IMA были передвинуты с традиционного марта на май.

В Китае, в стране с огромным внутренним рынком, также есть своя ведущая упаковочная выставка. ProPak China проводится в шанхайском выставочном центре SNIEC ежегодно с 1995 г. Одновременно организуются экспозиции BevTek China (оборудование и технологии для производства и упаковки напитков) и DairyTek China (оборудование и технологии для упаковки продукции молочной промышленности). В 2012 г. в этих выставках приняли участие 657 компаний из 22 стран. Число посетителей составило около 18 тыс. из 65 стран. В связи с заинтересованностью в китайском рынке участие в этих экспозициях поддерживают многие национальные отраслевые ассоциации, организующие свои страновые павильоны, в частности из Германии, Японии, Кореи, США и Великобритании.

К выставкам упаковочной тематики регионального значения можно отнести крупнейшую в Великобритании экспозицию Total Processing & Packaging. Она проводится с 2004 г. в Бирмингеме в комплексе National Exhibition Centre (NEC). Относительно небольшой возраст выставки и ее успешность свидетельствуют о том, что рынок упаковочных услуг растет и создает возможности для организации новых экспозиций. Это подтверждает также успешная работа многих других выставок в Европе и Азии.

Борис ПАВЛОВ



Interpack-2011 стала самой успешной за свою более чем полувековую историю. В ней приняло участие 2700 компаний и организаций из 60 стран, которые разместились в 19 павильонах выставочного центра Дюссельдорфа на площади более 200 тыс. кв. м. За 7 дней этот крупнейший отраслевой форум посетили 166 тыс. человек, из которых 60% прибыли из других стран.

Крупнейшей выставкой упаковочной тематики на американском континенте является Pack Expo West, проводимая с 1995 г. в Лас-Вегасе. Она проходит раз в два года в Las Vegas Convention Center. В последних выставках число участников составляло около 1500, а посетителей – более 45 тыс. человек.



Технологии и оборудование упаковки

Выставка, организатор	Время проведения	Место проведения	Контакты
IPACK CASPIAN Iteca Caspian LLC	22–24.05.13	Азербайджан Баку	www.iteca.az; office@iteca.az Тел. +994 12 404 1008; факс +994 12 404 1001
SOUTHMACH CHRISTCHURCH Hayley Media	29–30.05.13	Новая Зеландия Крайстчерч	www.hayleymedia.co.nz; info@hayleymedia.com Тел. +64 9 486 0077; факс +64 9 486 0078
PACKOLOGY Rimini Fiera	11–14.06.13	Италия Римини	www.fierarimini.it; infovisitatori@riminifiera.it Тел. +39 0541 744111; факс +39 0541 744200
ROSUPACK MVK, ITE	18–21.06.13	Россия Москва	www.mvk.ru; rosupack@ite-expo.ru Тел. +7 (495) 935 81 00; факс +7 (495) 935 81 01
PACKPLUS SOUTH Print-Packaging.com Pvt. Ltd.	5–8.07.13	Индия Хайдарабад	www.print-packaging.com; info@indiapackagingshow.com Тел. +91 22 2781 2093; +91 22 2781 2578
PHARMA PACK JAPAN Reed Exhibitions Japan	11–12.07.13	Япония Токио	www.reedexpo.co.jp; info@reedexpo.co.jp Тел. +81 (0)3 3349 8501; факс +81 (0)3 3349 8599
PROPAK CHINA Hong Kong Exhibition Services Ltd.	16–18.07.13	Китай Шанхай	www.hkesallworld.com; exhibit@hkesallworld.com Тел. +852 2804 1500; факс +852 2528 3103
PRINT & PACK VIETNAM Top Repute Co, Ltd.	18–20.07.13	Вьетнам Хошимин	www.toprepute.com.hk; topreput@top-repute.com Тел. +852 2851 8603; факс +852 2851 8637
РАСТЕC – FOODTEC Suomen Messut	3–5.09.13	Финляндия Хельсинки	web.finnexpo.fi; info@finnexpo.fi Тел. +358 40 450 3250; факс +358 9 142 358
IPACK CNR Expo	5–8.09.13	Турция Стамбул	www.cnrexpo.com; info@cnrexpo.com Тел. +90 212 465 7474; факс +90 212 465 7476
«УПАКОВКА» ACCO International	10–12.09.13	Украина Киев	www.acco.ua; acco@acco.kiev.ua Тел. /факс +380 44 458 4621
SAUDI FOOD-PACK Riyadh Exhibitions Co, Ltd.	16–19.09.13	Саудовская Аравия Эр-Рияд	www.receexpo.com; esales@receexpo.com Тел. +966 1 454 1448; факс +966 1 454 4846
PROPAK MALAYSIA Malaysian Exhibition Services	17–20.09.13	Малайзия Куала-Лумпур	www.mesallworld.com; enquiry@mesallworld.com Тел. +603 4041 0311; факс +603 4043 7241
РАСКЕХРО NPTA Alliance	23–25.09.13	США Лас-Вегас	www.gonpta.com; larry@gonpta.com Тел. +1 631 777 2223; факс +1 631 777 2224
PAKFOOD Poznan International Fair	23–26.09.13	Польша Познань	www.mtp.pl; info@mtp.pl Тел. +48 61 869 2000; факс +48 61 869 2999
FACHPACK Nürnberg Messe GmbH	24–26.09.13	Германия Нюрнберг	www.nuremberg-tradefair.com; info@nuernbergmesse.de Тел. +49 (0) 911 8606 0; факс +49 (0) 911 8606 8228
PAPER ARABIA Al Fajer Information & Services	24–26.09.13	ОАЭ Дубай	www.alfajer.net; alfajer@emirates.net.ae Тел. +971 4 340 6888; факс +971 4 340 3608
РАСКТЕХ EXPO BALKAN Belgrade Fair	25–28.09.13	Сербия Белград	www.sajam.co.rs; info@sajam.co.rs Тел. +381 11 361 8001; факс +381 11 655 625
EMPACK BRUSSELS easyFairs – Brussels	2–3.10.13	Бельгия Брюссель	www.easyfairs.com; europe@easyfairs.com Тел. +32 (0)2 740 10 70; факс +32 (0)2 740 10 75
ADDIS AGROFOOD Expotim	7–11.10.13	Эфиопия Аддис-Абеба	www.expotim.com; info@expotim.com Тел. +90 212 356 0056; факс +90 212 356 0096
TEXASPACK UBM Canon	15–16.10.13	США Хьюстон	www.ubmcanon.com; info@ubm.com Тел. +1 310 445 4200; факс +1 310 445 4299
BUDATRANSPACK Hungexpo	15–17.10.13	Венгрия Будапешт	www.hungexpo.hu; hungexpo@hungexpo.hu Тел. +36 1 263 6000; факс +36 1 263 6098
LUXE PACK – MONACO ETAI	24–25.10.13	Монако	www.groupe-etai.com; info@idexpo.com Тел. +33 (0)1 7792 9292; факс +33 (0)1 7792 9820
APEX MTF	27–30.10.13	Египет Каир	www.mtf-fairs.com; info@mtf-fairs.com Тел. +202 749 4068; факс +202 761 7898
ALLPACK INDONESIA Krista Exhibitions	30.10 – 2.11.13	Индонезия Джакарта	www.kristamedia.com; info@kristamedia.com Тел. +62 21 634 5861; факс +62 21 634 0140
ALL PACK Romexpo	30.10 – 3.11.13	Румыния Бухарест	www.romexpo.org; romexpo@romexpo.org Тел. +40 21 224 3160; факс +40 21 224 0400
EMPACK MADRID easyFairs Iberia	13–14.11.13	Испания Мадрид	www.easyfairs.com; iberia@easyfairs.com Тел. +34 91 550 1650; факс +34 91 544 4986
KOSIGN COEX	13–16.11.13	Южная Корея Сеул	www.coex.co.kr; pco@coex.co.kr Тел. +82 (0)2 6000 0114; факс +82 (0)2 6000 1302
EUROPACK – EUROMANUT Comexposium	19–21.11.13	Франция Лион	www.comexposium.com; info@comexposium.fr Тел. +33 (0)1 7677 1111; факс +33 (0)1 7677 1212
PROPAK INDONESIA PT. Pamerindo Buana Abadi	20–23.11.13	Индонезия Джакарта	www.pamerindo.com; info@pamerindo.com Тел. +62 021 316 2001; факс +62 021 316 1981
FRUITECH INNOVATION Ipack-Ima Spa	26–28.11.13	Италия Милан	www.ipackima.it; ipackima@ipackima.it Тел. +39 02 3191 091; факс +39 02 3361 9826
PLASTIC, PACKAGING & PRINT ASIA Ecommerce Gateway Pakistan (Pvt.) Ltd.	13–15.12.13	Пакистан Карачи	www.ecgateway.net; info@ecgateway.net.pk Тел. +92 21 3453 6321; факс +92 21 3453 6330

18-я международная выставка упаковочной индустрии



RosUpack

RUSSIA

18 – 21 июня 2013

Москва, МВЦ «Крокус Экспо»

www.rosupack.com



Оборудование



Готовая упаковка



Сырье и расходные материалы



Этикетка



Логистика и склад

Реклама

Организатор:



В составе группы компаний ПТЕ
Тел.: +7 (495) 935 81 00
E-mail: rosupack@mvk.ru

Генеральный
Интернет-партнер:



Выставки, конгрессы,

REED EXHIBITIONS

Международная компания Reed Exhibitions объявила о запуске двух новых проектов. После заключения соглашения между компаниями Reed Exhibitions и бразильской выставочной организацией Alcantara Machado в Бразилии пройдет первая международная выставка продуктов питания Alimentaria. Шоу состоится с 16 по 19 сентября 2013 г. в выставочном центре Anhembi Convention Center в Сан-Паулу. Одновременно пройдет выставка оборудования для гостиничного бизнеса и продуктов питания Equipotel. Alimentaria займет площадь в 18,5 тыс. кв. м, на которой разместится более 300 экспонентов. Вторая премьера – международная выставка и конференция по инфраструктуре аэропортов National Airport Infrastructure Show (NAIS). Мероприятие пройдет с 4 по 6 марта 2014 г. в МВЦ «Крокус Экспо» в Москве. Развитие транспортной инфраструктуры в России является стратегически важной задачей с точки зрения территориальной связи и транспортной доступности, что имеет прямое влияние на экономический рост в стране. www.reedexpo.com

GL EVENTS

Международная выставочная группа GL Events зафиксировала в 2012 г. рост оборота на 5,3% – до 824 млн евро. Результат был достигнут за счет привлечения к руководству компанией высококлассных специалистов, которые смогли увеличить эффективность работы по ключевым направлениям бизнеса. В частности, прибыль компании в Бразилии и Южной Африке выросла на 33%, в Турции – на 66%. GL Events давно работает над географическим расширением территории своего влияния. В первую очередь, компания инвестирует в развивающиеся регионы – Бразилию, Россию, Турцию, страны Африки и район Персидского залива. www.gl-events.com

REED EXHIBITIONS CHINA

Китайская выставочная компания Reed Exhibitions China совместно с компанией Reed Midem проведёт первую международную выставку-конференцию коммерческой недвижимости MIPIM в Китае. Выставка MIPIM China состоится в Шанхае во второй половине 2014 г. В ходе выставки пройдет несколько конференций, посвященных рынку коммерческой недвижимости, а также состоится финал конкурса MIPIM Asia Awards. Новое мероприятие позволит компании Reed Exhibitions China укрепиться на китайском выставочном рынке. www.reedexpo.com.cn

EXPO-2015

Торговая палата Италии совместно с итальянской выставочной компанией Expo 2015 Company опубликовала любопытное исследование. Согласно подсчетам экономистов, прибыль от проведения в Милане выставки EXPO-2015 составит более 10,5 млрд евро, будет создано почти 200 тыс. рабочих мест. При расчетах учитывались экономическая польза от подготовки и проведения выставки, а также эксплуатация выставочных объектов до 2020 г. Диана Бракко, президент компании Expo 2015 Company, надеется, что подготовка и проведение выставки в 2015 г. поможет преодолеть кризисное состояние итальянской экономики, а также укрепить имидж Италии как центра мирового туризма. www.expo2015.org

форумы



ITE

Компания ITE объявила о приобретении 75% акций малайзийского выставочного организатора Trade Link Exhibition Services Sdn Bhd. Ежегодные мероприятия компании Trade Link включают в себя выставки технологий металлообработки, автоматике и металлоконструкций Metaltech, Automex и Weldtech, проходящие в мае в выставочном центре Putra World Trade Centre в Куала-Лумпуре. Эти выставки являются ведущими экспозициями в Малайзии. Trade Link также организует крупнейшую выставку по деревообработке в Юго-Восточной Азии – Aseanwood-Woodtech. Сделка является стратегически важным шагом для ITE. Она закрепляет присутствие компании на выставочном рынке Юго-Восточной Азии.

www.ite-exhibitions.com

DEUTSCHE MESSE

Немецкие компании Deutsche Messe Hannover и Hannover Fairs Sudamerica откроют первую выставку возобновляемых источников энергии Renex (Renewable Energy Exposition) South America. Мероприятие пройдет с 27 по 29 ноября 2013 г. в выставочном центре Fiergs Exhibition & Convention Centre в г. Порту-Алегри, Бразилия. Выставка будет посвящена новинкам в области возобновляемых источников энергии: ветряным, солнечным и фотоэлектрическим батареям, производству биогаза и биотоплива и другим экологическим разработкам. Партнерами выставки выступят Бразильская ассоциация ветроэнергетики, Инвестиционное и девелоперское агентство штата Рио-Гранде и другие общественные организации.

www.renex-sa.com

MANCH COMMUNICATIONS

Индийский выставочный организатор Manch Communications запускает новую выставку-конференцию, посвященную розничной торговле и торговому оборудованию в Дели. Выставка India Retail & Shop Fittings Show пройдет с 25 по 27 июля 2013 г. в выставочном центре Дели Pragati Maidan. Проект должен способствовать росту международного ритейла в Индии. По данным международной исследовательской компании А.Т. Kearney, в 2012 г. Индия заняла пятое место в рейтинге самых благоприятных стран для развития сети розничной торговли, опережая ОАЭ, Россию, Индонезию и Саудовскую Аравию.

www.IndiaRetailShopfitting.com

GLM

Ведущий организатор выставок антиквариата, антикварных украшений и часов компания US Antique Shows – подразделение американской выставочной компании George Little Management, Inc. (GLM), расширяет портфель своих мероприятий. Недавно компания приобрела выставку антиквариата Miami National Antiques Show & Sale у выставочного организатора Dolphin Promotions Inc. В выставке ежегодно принимают участие более 150 экспонентов, представляя широкий спектр антикварной мебели и предметов декоративно-прикладного искусства. Следующая выставка состоится 24–26 января 2014 г. в Miami Airport Convention Center.

www.miaminationalantiqueshow.com

Подготовлено по материалам бюллетеня Всемирной ассоциации выставочной индустрии UFI Exhibition HTML. – Newsletter, № 5, 9, 10, 11, февраль-март 2013 г.

«Крокус Экспо»:

«Мосшуз»

Очередная, весенняя, международная специализированная выставка «Мосшуз» пройдет с 20 по 23 мая. Сроки проведения мероприятия оптимально учитывают обувной производственный цикл и сочетаются с европейской программой аналогичных выставок. Компания «МосШуз» организует также содержательную деловую программу, в рамках которой пройдут семинары, посвященные вопросам таможенного оформления, использования обувной франшизы, продвижения бизнеса в Интернете. Выставку отличает широкая география – в числе ее участников компании из России, Италии, Германии, Франции, Испании, Турции, Польши, Великобритании, Китая, Белоруссии и Украины.



HeliRussia

Шестой год подряд в залах МВЦ «Крокус Экспо» проходит международная выставка вертолетной индустрии HeliRussia. Этой весной она состоится с 16 по 18 мая. Организатор – ЗАО «Русские Вертолетные Системы». Это единственная выставка в России, где российские и зарубежные компании представляют мировые достижения всего спектра продукции и услуг вертолетной индустрии – от проектирования и производства до эксплуатации. Выставка служит отличной площадкой для общения с зарубежными партнерами. В 5-й международной выставке вертолетной индустрии в 2012 г. приняло участие более 200 компаний из 18 стран мира.



«Мясная промышленность. Куриный Король / VIV Russia»

Международная выставка «Мясная промышленность. Куриный Король / VIV Russia» – это место встречи представителей сельскохозяйственной и пищевой промышленности со всего мира, занятых выращиванием, содержанием сельскохозяйственных животных, производством и переработкой яйца, производством кормов, оборудования для уоя, переработки мясного, молочного сырья, зерновых культур и выпуском готовой продукции. Выставка пройдет с 21 по 23 мая. Организаторы проекта, российская компания «Асти Групп» и голландская VNU Exhibitions Europe, обещают посетителям интересную деловую программу, включающую Международный конгресс производителей, переработчиков и поставщиков мяса, а также тематические семинары для специалистов отрасли.

«СТТ/Строительная Техника и Технологии»

С 4 по 8 июня ведущие производители и поставщики строительного оборудования и услуг соберутся в МВЦ «Крокус Экспо» на 14-ю выставку «СТТ/Строительная Техника и Технологии–2013». Организатор выставки, компания «Медиа Глоб», постаралась, чтобы экономический спад последних лет не сказался на размерах и качестве экспозиции. На выставке «СТТ/ Строительная Техника и Технологии–2013» свои новейшие разработки и самые актуальные технологические решения представят компании со всего света. В прошлом году площадь выставки составила 124 тыс. кв. м брутто (в 2011 г. – 116 тыс. кв. м), количество участников превысило 910 компаний (в 2011 г. – 790 компаний). Выставку посетили 32 тыс. специалистов из России и ещё 57 стран мира.

«Московский международный мебельный салон»

Компания Media Globe совместно с МВЦ «Крокус Экспо» проведет этой весной «Московский международный мебельный салон» (MIFS) – весеннюю мебельную выставку, в которой примут участие ведущие производители и разработчики современной мебели и материалов для ее производства из России, стран СНГ и Восточной Европы. Мероприятие продлится 5 дней – с 21 по 25 мая. Организаторы выставки ставят перед собой задачу собрать на одной площадке всех крупных игроков мебельной отрасли, которые смогут поделиться информацией о новинках рынка.



день за днем



Rosmould и «Роспласт»

8-я международная выставка, посвященная проектированию, производству и эксплуатации форм, пресс-форм и штампов Rosmould-2013 пройдет с 18 по 20 июня. Организатор мероприятия – компания «Эспо-М-Групп». В рамках деловой программы состоится 8-й международный инструментальный саммит, посвященный современным проблемам проектирования, производства, эксплуатации формообразующей оснастки по тематическим направлениям: рынок, конкурентоспособность, инновационные технологии, эффективность и управление производством. Одновременно с Rosmould состоится 4-я международная специализированная выставка сырья, оборудования и технологий для производства изделий из пластмасс «Роспласт-2013». Организатор выставки, компания «Эспо-М-Групп», не сомневается, что и в 2013 г. «Роспласт» займет одно из ведущих мест среди отраслевых специализированных выставок.

«ВэйстТэк» и «СитиПайп»

Международная выставка-форум по управлению отходами, природоохранными технологиями и возобновляемой энергетике «ВэйстТэк-2013» пройдет с 28 по 31 мая. Организатор – компания «Сибико Интернэшнл». «ВэйстТэк» – это грандиозный проект, посвященный переработке твердых отходов, вопросам защиты воздушного и водного бассейнов, санитарной очистке населенных мест, использованию возобновляемых источников энергии и др. В выставочной программе «ВэйстТэк-2011» приняло участие более 309 компаний из 23 стран мира, а ее размеры составили почти 6 тыс. кв. м в залах и на открытой площадке. Составными элементами «ВэйстТэк-2013» будут: «СкрапЭкспо-2013» (сбор и переработка лома черных и цветных металлов) и «РЭнерго» (биоэнергетика). В эти же дни состоится 8-я международная выставка «СитиПайп», посвященная трубопроводным системам коммунальной инфраструктуры (строительство, диагностика, ремонт и эксплуатация). Начавшись как направление форума «Вода: экология и технология» выставки «ЭкваТэк», этот раздел трансформировался в экспозицию, привлекающую компании из других секторов коммунального хозяйства: газового, теплоэнергетики и связи. Как всегда по нечетным годам, в 2013 г. в тематику выставки «СитиПайп» включен раздел, посвященный бестраншейным технологиям строительства и ремонта трубопроводов.

«Экспокамень»

Международная выставка «Экспокамень» – наиболее представительная в России специализированная выставка в области добычи и обработки натурального камня, одна из крупнейших выставок в данной области в мире. В этом году она пройдет в 14-й раз с 25 по 28 июня. Основная цель выставки – показать перспективы развития добычи и обработки природного камня. Организатор выставки, компания «Экспострой», пригласила принять участие в выставке ведущие предприятия, организации и компании России, стран СНГ и дальнего зарубежья. В рамках выставки «Экспокамень» предусмотрена насыщенная деловая программа для специалистов отрасли, включающая семинары, «круглые столы», презентации фирм. Общая площадь выставки «Экспокамень-2012» составила 10,7 тыс. кв. м, в выставке приняли участие 363 компании из 22 стран мира.



М И Р К О В Р О В

Московская международная выставка ковров и интерьерных покрытий, которая состоится в МВЦ «Крокус Экспо» с 21 по 23 мая 2013 г., – это хорошая возможность познакомиться с прекрасным и разнообразным миром ковров.

На мероприятие приглашены импортеры и дистрибьюторы ковров ручной работы, представители специализированных салонов по продаже ковровых изделий, известные дизайнеры, представители ресторанного и гостиничного бизнеса, а также покупатели, заинтересованные в приобретении ковров ручной работы.

Московская международная выставка ковров и интерьерных покрытий (организатор – МВЦ «Крокус Экспо») – это первая представительная экспозиция, которая даст участникам возможность продемонстрировать всё многообразие видов и типов ковровых изделий из разных стран, а также обратить внимание посетителей на стилевое разнообразие рисунков, цвета и структуры национальных ковров.

Мода на напольные покрытия, как, впрочем, и любая другая, развивается по спирали: одни мотивы выходят из моды, другие возвращаются, претерпев некоторые изменения. Сегодня ковры по-прежнему на пике популярности, однако новый стилевой виток налицо.

Ковер, хорошо гармонирующий с интерьером, – это, в первую очередь, признак хорошего вкуса его владельца. Правильно подобранный ковер способен стать последним штрихом, завершающим дизайн любого помещения.

Яркое цветочное полотно может как связать предметы интерьера в единое целое, так и «разбросать» их в пространстве, напрочь перечеркнув задумки его создателя. Если это эксклюзивный экземпляр, он станет центром притяжения внимания во всем помещении. Если обладает ори-

Среднестатистический гражданин Великобритании и Германии приобретает ежегодно 4 кв. м ковров и напольных покрытий, США – 6 кв. м, России – только 2 кв. м.

Оборот российского рынка ковров и ковровых покрытий в настоящее время составляет около 68 млн кв. м в год, причем отечественные производители обеспечивают около 25 млн кв. м. Остальное покрывается за счет импорта из ближнего и дальнего зарубежья.





Средняя себестоимость машинного ковра – 5–7 долл. за кв. м, ручного ковра грубой вязки (шерсть на хлопковой или шерстяной основе) – 150–200 долл., ковра плотной вязки – от 1 тыс. долл. (шерсть на шелке) до 2 тыс. долл. (шелк на шелке) за кв. м. Можно только представить, какой азарт испытывает торговец на восточном базаре, предлагая машинный коврик по цене ручного.

Несколько лет назад в моду вошли минималистские интерьеры, и возник спрос на джутовые ковры и их имитации. Сейчас это одно из самых популярных направлений в ковровой моде. Достойную конкуренцию им составляют авангардные ковры, ковры с эко-дизайном и знаковым орнаментом.

Ежегодное производство и экспорт ковров ручной работы оценивается в 1,3 млрд долл. (в т.ч. оборот антикварных ковров – 200–300 млн долл.). Годовое производство машинных ковровых покрытий оценивался в 20–25 млрд долл.



гинальным рисунком и интересной расцветкой – создаст особое настроение. Длинный ворс внесет уют и покой в спальню, а тканый рисунок gobelena заменит картину на стене.

Ковры в России очень любят, их кладут на пол, ими украшают стены. Однако, как показывает статистика, среднее потребление ковров и напольных покрытий у нас пока ниже, чем на Западе. В развитых странах среднестатистический гражданин покупает от 4 до 6 кв. м этих изделий в год, россиянин же только 2 кв. м. Однако специалисты оценивают потенциал российского рынка ковровых изделий как весьма значительный.

Продажей ковров в России, как считают эксперты, занимаются около 70 фирм. Причем наибольшая часть продаж, до 50%, приходится на китайские изделия, несмотря на то, что самыми ценными являются ближневосточные и среднеазиатские ковры.

Оборот российского рынка ковров и ковровых покрытий в настоящее время составляет около 68 млн кв. м в год, причем большая часть рынка приходится на импорт.

Аналитики оценивают потенциал российского рынка в 80 млн кв. м в год, или в 550 млн долл. Несмотря на потенциал нашего рынка, ковровая отрасль России пребывает в состоянии упадка. Ее производственные мощности загружены сейчас всего на 30% от уровня 1991 г. При этом российские производители всё больше ориентируются на индивидуальные заказы.

В 2010 г. доля импорта на рынке ковров и ковровых изделий России составила 62,4%, в 2011 г. она выросла до 63,7%. В Россию ввозится продукция более 1000 производителей из 46 стран мира – Бельгии, Турции, США, Швеции, Египта и др.

Ирина КОНДРАШОВА



Для тех, кто за ценой не постоит, современное ковроткачество предлагает настоящие произведения искусства. Так называемые скульптурные ковры могут стать главным украшением дома. Их придумали еще в Средние века китайские ткачи. Они впервые применили технику выстригания ворса по контуру рисунка, в результате чего узор приобретал рельефность. В сочетании с использованием нежнейших шелковых нитей для ворса у мастеров Поднебесной рождались удивительные шедевры коврового искусства.

Интерьер, товары для дома

Выставка, организатор	Время проведения	Место проведения	Контакты
RHEINSCHAU KOELN Koelnmesse GmbH	29.05 – 2.06.13	Германия Кёльн	www.koelnmesse.de; info@koelnmesse.de Тел. +49 221 821 0; факс +49 221 821 2574
INTERIOR LIFESTYLE JAPAN Mesago Messe Frankfurt Corp.	5–6.06.13	Япония Токио	www.mesago-messefrankfurt.com; info@Mesago-messefrankfurt.com Тел. +81 (0)3 3359 0894; факс +81 (0)3 3359 9328
THE SUMMER FAIR OLYMPIA Clarion Events Ltd.	6–16.06.13	Великобритания Лондон	www.clarionevents.co.uk; info@clarionevents.com Тел. +44 (0) 121 767 3769; факс +44 (0) 121 767 2880
LUXEHOME Reed Huabo Exhibitions Co, Ltd.	21–23.06.13	Китай Шанхай	www.reedhuabo.com; info@reedhuabo.com Тел. +86 755 3333 1166; факс +86 755 3333 1168
REED GIFT FAIRS – BRISBANE Reed Exhibitions Australia	6–9.07.13	Австралия Брисбен	www.reedexpo.com.au; inquiry@reedexhibitions.com Тел. +61 2 9422 2500; факс +61 2 9422 2555
HOUSE & GIFT FAIR SOUTH AMERICA Grafite Feiras e Promocoes Ltd.	17–20.08.13	Бразилия Сан-Паулу	www.grafitefeiras.com.br; international@grafitefeiras.com.br Тел. +55 (11) 2105 7000; факс +55 (11) 2105 7001
TRENDS EXHIBITION K&B – EGYPT AGD	5–8.09.13	Египет Каир	www.agd-exhibitions.net; info@stonegateegypt.com Тел. +20 2 330 37257; факс +20 2 330 46007
MAISON & OBJET PROJETS Reed Expositions France	6–10.09.13	Франция Париж	www.reedexpo.fr; info@reedexpo.fr Тел. +33 (0)1 4756 5000; факс +33 (0)1 4756 5100
«IPSA РЕКЛАМНЫЕ СУВЕНИРЫ. ОСЕНЬ» «ИПСА Рекламные сувениры»	10–12.09.13	Россия Москва	www.ipsa-russia.ru; expo@ipsa.ru Тел./факс +7 (495) 585 3124, (495) 585 3154
TENDENCE PRAGUE Terinvest, s.r.o.	12–15.09.13	Чехия Прага	www.terinvest.com; obchod@terinvest.com Тел. +420 221 992 148; факс +420 724 612 075
LAS VEGAS SOUVENIR & RESORT GIFT SHOW Urban Expositions	17–20.09.13	США Лас-Вегас	www.urbanexpositions.com; info@urban-expo.com Тел. +1 (678) 285 3976; факс +1 (678) 285 7469
HOUSEHOLD EXPO «МОККА Экспо Групп»	17–20.09.13	Россия Москва	www.hhexpo.ru; info@hhexpo.ru Тел. +7 (495) 363 5032; факс +7 (495) 363 5033
ПОДАРКИ/ HOUSEWARE EXPO / ПОСУДА, ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА GIFTS INTERNATIONAL	17–20.09.13	Россия Москва	www.gifts-expo.com; expo@gifts-expo.com Тел./факс +7 (495) 729 3138, 972 4831
HABITARE Suomen Messut	18–22.09.13	Финляндия Хельсинки	web.finnexpo.fi; info@finnexpo.fi Тел. +358 40 450 3250; факс +358 9 142 358
ZUCHEX Life Medya Fuarcilik Ltd. Sti.	19–22.09.13	Турция Стамбул	www.zuchex.com; info@zuchex.com Тел. +90 212 292 6031; факс +90 212 292 3420
DOMOTEX RUSSIA «Дойче Messe РУС»	25–27.09.13	Россия Москва	www.domotex-russia.com; info@domotex-russia.com тел./факс +7 (499) 978 2861
HEIMTEXTIL RUSSIA «Мессе Франкфурт РУС»	25–27.09.13	Россия Москва	www.heimtextil.messefrankfurt.ru; heimtextil@messefrankfurt.ru тел./факс +7 (495) 649 8775
SICI Ifema	2–5.10.13	Испания Мадрид	www.ifema.es; infoifema@ifema.es Тел. +34 91 722 3000; факс +34 91 722 5801
INTERCASA Feira Internacional de Lisboa	5–13.10.13	Португалия Лиссабон	www.fil.pt; fil@aip.pt Тел. +351 218 921 000; факс +351 218 921 515
I SALONI WORLDWIDE MOSCOW Cosmit S.p.a	16–19.10.13	Россия Москва	http://isaloneworldwide.com; info@isaloneworldwide.com тел. +39 02 725941; факс +39 02 89011563
AMBIENTA Zagreb Fair	16–20.10.13	Хорватия Загреб	www.zv.hr; zagvel@zv.hr Тел. +385 (0)1 6503 111; факс +385 (0)1 6550 619
MODDOM Incheba Jsc	16–20.10.13	Словакия Братислава	www.incheba.sk; incheba@incheba.sk Тел. +421 2 6727 1111; факс +421 2 6241 1838
HOME. APARTMENT International Exhibition Company BT 1	17–20.10.13	Латвия Рига	www.bt1.lv; info@bt1.lv Тел. +371 6706 5000; факс +371 6706 5001
CHINA (SHENZHEN) INTERNATIONAL TOYS & GIFTS FAIR Reed Huabo Exhibitions Co, Ltd.	20–23.10.13	Китай Шеньжень	www.reedhuabo.com; info@reedhuabo.com Тел. +86 755 3333 1166; факс +86 755 3333 1168
«САЛОН ИНТЕРЬЕРОВ» World Expo Group	31.10. – 3.11.13	Россия Москва	www.interior-expo.ru; ivr@weg.ru Тел./факс +7 (495) 730 5591
HOMEDECO BAKU Turkel Fair Organizations Inc.	14–16.11.13	Азербайджан Баку	www.turkel.com.tr; mete@turkel.com.tr Тел. +90 (212) 284 2300; факс +90 (212) 283 0076
WASHINGTON CRAFT SHOW Crafts America LLC	1–3.11.13	США Вашингтон	www.dcconvention.com Тел./факс +1 (202) 789 1600
MODE – HEIM – HANDWERK Messe Essen GmbH	2–10.11.13	Германия Эссен	www.messe-essen.de; info@messe-essen.de Тел. +49 (0) 201 724 40; факс +49 (0)201 724 4248
DOMOTEX MIDDLE EAST Deutsche Messe AG Hannover	7–10.11.13	Турция Стамбул	www.messe.de; info@messe.de Тел. +49 (0)511 89 0; факс +49 (0)511 89 32626
EXPOFIESTA Institucion Ferial Alicante	8–10.11.13	Испания Аликанте	www.feria-alicante.com; ifa@feria-alicante.com Тел. +34 965 682 500; факс +34 965 682 444
THE WINTER FINE ART & ANTIQUES FAIR OLYMPIA Clarion Events Ltd.	11–17.11.13	Великобритания Лондон	www.clarionevents.co.uk; info@clarionevents.com Тел. +44 (0) 121 767 3769; факс +44 (0) 121 767 2880
CREATION ET SAVOIR-FAIRE Comexposium	13–17.11.13	Франция Париж	www.comexposium.com; infos@exposium.fr Тел. +33 (0)1 7677 1111; факс +33 (0)1 7677 1212



Международная специализированная выставка

ОЧКОВАЯ ОПТИКА

2013 г.

павильон 3 | зал №15

19 - 22 февраля

23 - 25 сентября

10 - 13 декабря



 **КРОКУС ЭКСПО**
Международный выставочный центр

МВЦ «Крокус Экспо», 65-66 км МКАД
(пересечение с Волоколамским шоссе)
Тел.: +7 (495) 983-0678, +7 (916) 242-6772
artamonov@crocus-off.ru, begunova@crocus-off.ru
www.optica-expo.ru

НЕДРА РОДИНЫ

С 14 по 16 мая 2013 г. в Москве в МВЦ «Крокус Экспо» состоится 17-я международная выставка «MiningWorld Russia – горное оборудование, добыча и обогащение руд и минералов», ежегодно демонстрирующая самые новые технологии для угольных и горнодобывающих производств, подземного строительства, новейших методов и средств обеспечения безопасности горно-шахтных предприятий.

Проект компании Primexpro – MiningWorld Russia по праву считается одним из ключевых мероприятий горнодобывающей отрасли и ежегодно проводится при официальной поддержке государственных структур и отраслевых ассоциаций: Министерства природных ресурсов РФ, Департамента угольной и торфяной промышленности Министерства энергетики РФ, Российского геологического общества и др. В прошлом году выставка MiningWorld Russia стала самой масштабной за всю историю проекта. В ней приняло участие 290 компаний из 27 стран мира. По сравнению с 2011 г. количество посетителей увеличилось на 30%.

В этом году на выставке будут представлены новейшие разработки российских и зарубежных производителей дробильно-сортировочного, бурового и землеройного оборудования, решения для транспортировки и хранения сыпучих материалов, запчасти и комплектующие для горных машин, шахтные погрузчики, обогатительное оборудование и добавки, оборудование для тоннелестроения, всё для безопасности горных работ.



Объем производства в горно-металлургической промышленности России оценивается примерно в 4 трлн руб. Продукция отрасли является важной составляющей общего экспорта страны. Крупнейшие статьи вывоза – черные и цветные металлы, на них приходится соответственно 35–45% и 30–40% всей экспортируемой продукции горно-металлургического комплекса.



Сергей ШАТИРОВ, заместитель председателя Комитета по экономической политике СФ РФ, сенатор от Кемеровской области:

– Важно, что выставка целенаправленно поддерживает краеугольные направления горнодобывающей отрасли: добычу полезных ископаемых подземным и открытым способом, скважинные технологии, нетрадиционные технологии добычи угля. Огромное внимание уделяется сопровождению горного производства и, прежде всего, безопасности горных работ, горноспасательному делу, экологии и рекультивации земель. Широкий и глубокий подход оргкомитета выставки к современным и актуальным проблемам горного производства обеспечил понимание и поддержку выставки со стороны официальных структур, заинтересованных в подъеме горной отрасли.



Виктор ОРЛОВ, президент Российского геологического общества:

– Инновационная составляющая продукции участников проекта проходит на таких мероприятиях своеобразную апробацию, что мы высоко ценим и поддерживаем. К тому же обширная деловая программа отражает насущные проблемы развития горнорудной промышленности, и в ходе обмена мнениями находятся наиболее оптимальные пути их решения. Я считаю, что участие в таких выставках и конференциях самым благоприятным образом сказывается как на развитии бизнеса отдельно взятой компании, так и на экономике страны в целом.

В 2011 г. мировая добыча золота, по данным Геологической службы США, составила 2,7 тыс. т.

Экспорт продукции горно-металлургической промышленности России, млн долл.

Виды продукции	2007	2008	2009	2010
Всего	56 668	63 813	39 590	52 738
Черные металлы	21 119	28 658	14 720	19 345
Цветные и редкие металлы	23 316	19 744	14 227	18 864
Драгоценные камни и металлы	6 832	7 164	5 039	8 623
Металлические руды	1 592	2 375	1 178	2 273
Изделия из черных металлов	2 486	3 086	3 104	2 095
Неметаллическое сырье	743	2 222	873	980

Источник: www.russia.infomine.com

Помимо стендов, в павильонах гостям будет интересно посетить обширную уличную экспозицию, где разместится крупногабаритная техника и оборудование для горных работ.

Центральным мероприятием деловой программы станут конференции: «Золото и технологии–2013» и «Машины и оборудование для открытых горных работ». Традиционно деловая программа собирает большое количество участников, среди которых руководители крупных предприятий горнопромышленного комплекса, представители государственных учреждений, научных институтов и профильных вузов, а также профессиональные СМИ.

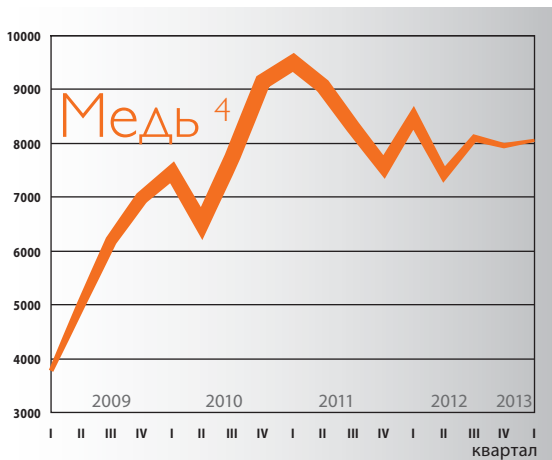
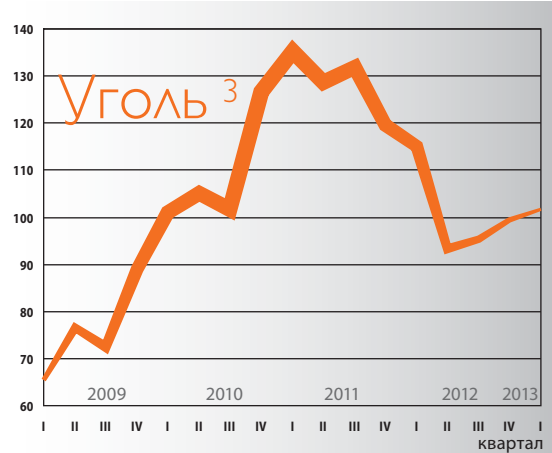
Из года в год выставка MiningWorld Russia подтверждает свой высокий статус и коммерческую эффективность для экспонентов и посетителей, востребованность и актуальность деловой программы. Высокий уровень выставки подтвержден знаками UFI и РСВЯ.

Ольга СТАРКОВА



Золотодобывающая промышленность СССР была одной из крупнейших в мире, занимая устойчивое второе место после ЮАР. С распадом Советского Союза добыча золота в России с 1991 по 1998 г. сократилась более чем в полтора раза. В среднем, по данным Исследовательской группы «Инфолайн», в России добывается около 180–190 т золота в год. По расчетам ТПП РФ, к 2017 г. добыча золота в России может возрасти до 300 т в год. Между тем суммарные запасы золота в России оцениваются в 9 тыс. т. Наиболее крупными золоторудными месторождениями с запасами в 1,5 тыс. т являются «Наталкинское» и «Сухой Лог».

Цены¹ на некоторые сырьевые товары и металлы, долл./т



- ¹ Средние цены за последний месяц квартала.
- ² 62% железа, цена импорта в Китае, CFR порт Тяньцзинь.
- ³ Австралийский коксующийся уголь, FOB порт Ньюкасла.
- ⁴ CIF порты Европы.

Источник:
World Bank





9-я международная выставка **ИНТЕРАВТО**

28-31 августа 2013 года
МВЦ «Крокус Экспо»

СЕРВИС

ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ

КОМПОНЕНТЫ

ХИМИЯ

ОБОРУДОВАНИЕ

ЭЛЕКТРОНИКА

АКСЕССУАРЫ

БЕЗОПАСНОСТЬ

СЕРВИС
ОБОРУДОВАНИЕ
АКСЕССУАРЫ
БЕЗОПАСНОСТЬ

АВТО

КОМПОНЕНТЫ
ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ
ЭЛЕКТРОНИКА
ХИМИЯ

КОМПОНЕНТЫ

ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ

БЕЗОПАСНОСТЬ

ЭЛЕКТРОНИКА

АКСЕССУАРЫ

ХИМИЯ

СЕРВИС

ОБОРУДОВАНИЕ

МВЦ «Крокус Экспо»:

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

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

12+

Реклама

Организатор:

 **КРОКУС ЭКСПО**
Международный выставочный центр

Генеральные
информационные партнёры:



Зарулем

Телевизионный
партнёр:



А ИЗ НАШЕГО ОКНА ПЛОЩАДЬ КРАСНАЯ ВИДНА...

Дома, коттеджи, виллы, усадьбы – окунуться в мир недвижимости и познакомиться со всеми его аспектами и тонкостями уже этой весной можно будет в МВЦ «Крокус Экспо». Здесь с 2 по 4 октября пройдет первый международный выставочный форум RusRealExpo, призванный стать крупнейшим событием рынка недвижимости.

Инициаторами мероприятия выступили Всероссийский совет местного самоуправления (ВСМС), ведущие девелоперские компании, Минрегионразвития, Минэкономразвития, Фонд РЖС, Госстрой России, а его организатором – «РусРеалЭкспо». Форум обещает стать ведущей площадкой для привлечения инвестиций в сферу недвижимости и российской альтернативой крупнейшим международным выставочным форумам, таким как MIPIM, Exporeal и Cityscape.

Каждый город имеет свои отличительные черты, выделяющие его среди остальных. Общая картина городского пейзажа складывается из множества кусочков: зданий, улиц, парков, скверов, переулков и проспектов. В каждом крупном городе можно отыскать особые, своеобразные, сооружения. Есть здания, прославившиеся необычным архитектурным решением, и в Москве.

Некоторые из них были построены в прошлом веке или раньше и имеют собственную длинную историю, но есть и новостройки, которые явно выделяются среди массового архитектурного ширпотреба последних лет.



«ДОМ-ЯЙЦО» НА МАШКОВА

Необычное здание возникло на улице Машкова не так давно – в 2002 г. Оно получило название «Дом-яйцо» или «Яйцо Фаберже». Первый этаж этого 4-этажного здания, или так называемая входная группа, выполнен в виде необычных ножек-волют, которые разделены окнами-иллюминаторами.

Следующие два жилых этажа выделяются окнами в глубоких нишах, а последний этаж представляет собой мансарду в виде «шапочки», которая отделена от основных жилых этажей широким карнизом.

Выделяется здание не только круглой формой, но и ярко-красным цветом. Первоначально московские власти не давали разрешения на строительство такого оригинального особняка, но затем решили, что вид улицы не слишком пострадает. Строительство заняло два года, «скорлупа» «Дома-яйца» необычно толстая — металлический каркас с заполнением, затем утеплитель и кирпич. Высота потолка в мансарде – 4,5 м, в остальных комнатах – 3,2 м. Крыша здания изготовлена из меди. Интересно, что, несмотря на оригинальность проекта и массу достоинств, в доме так никто и не жил постоянно. Первоначально особняк был продан за 1,2 млн долл., что для 2002 г. было довольно дорого, а уже в 2007 г. здание было выставлено на продажу за 10 млн долл. Насколько известно, новые покупатели пока не нашлись.



«СТОЛЬНИК» В МАЛОМ ЛЕВШИНСКОМ ПЕРЕУЛКЕ

Восьмизэтажный жилой дом, получивший название «Стольник» – это ультрасовременное здание из стекла и бетона, которое выстится в Малом Левшинском переулке, 5. Его эпатажные, решетчатые, похожие на листья пальмы ограды делают здание больше похожим на современный офисный центр, а не на элитный жилой дом, расположенный в исторической части столицы. Строительство велось с 2000 по 2003 г., проект был разработан мастерской «А-Б» и стал настоящим «взрывом», расположившись в культовом месте исторического центра, оригинальным и очень дерзким.



«АЖУРНЫЙ ДОМ» НА ЛЕНИНГРАДСКОМ ПРОСПЕКТЕ

Автором этого необычного проекта стал известный советский архитектор и инженер-изобретатель Андрей Буров. Проект здания возник еще в 1936 г., был реализован в 1941 г. и планировался как образец типового дома, в котором уже через несколько лет будут жить все советские граждане.

Особенностью необычного здания стали ажурные панели, которые скрывают все лоджии. Изящные панели были отлиты по эскизам художника Владимира Фаворского, фасад украсили замечательно, однако типовым дом так и не стал, оставшись в единственном экземпляре, что не удивительно, учитывая стремление советского правительства к строительству как можно более дешевого жилья.

RusRealExpo – международный выставочный форум, являющийся важнейшим событием для рынка недвижимости, инвестиций и проектов развития территорий Российской Федерации.

«МОЛОЧНЫЙ ДОМ»

Здание получило название только из-за своего места расположения – Молочный переулок, 1. Дом в течение двух лет носил титул самого красивого здания Москвы. Проект, разработанный группой архитекторов под руководством Сергея Ткаченко, получил много премий и был признан всем архитектурным сообществом. Неудивительно, что дома в Молочном переулке стали самыми дорогими в столице: в 2002 г. за 1 кв. м жилья просили более 10 тыс. долл. Между тем, несмотря на большое количество наград, фасад здания очень прост и выполнен в стиле минимализма, он украшен только оконными проемами, расположенными в «сбитом ритме», никакого декора или лишних деталей, только отделка дорогим камнем и прозрачный цоколь. В «Молочном доме», фасад которого изгибается дугой перед зеленым газоном, нет балконов – их заменили «французские окна», растянувшиеся от пола до потолка жилых помещений.





«ДОМ-КОРАБЛЬ» НА ТУЛЬСКОЙ

Это необычное здание получило несколько названий: «Дом-корабль» из-за необычной формы и балконов, буквально опоясывающих верхние этажи, что делает здание похожим на круизный лайнер с несколькими палубами; «Дом атомщиков» и «Дом холостяков», т. к. однокомнатные квартиры в этом здании часто выдавались неженатым мужчинам, работавшим в этой сфере; «Длинный дом» – здание имеет длину 400 м. Это стало причиной еще одного прозвища – «Лежачий небоскреб».

Проект возведения дома на Большой Тульской улице возник еще в 1970-е годы, однако до завершения строительства прошло десять лет, а в первоначальный финский проект были внесены многочисленные изменения. Здание имеет ряд особенностей: повышенная сейсмологическая устойчивость, необычайно сложная система водоснабжения, квартиры обладают самой разной площадью и планировкой, есть даже неиспользуемые, «лишние» комнаты, с окнами, но без входа. Визуально здание выглядит 16-этажным, причем два первых этажа очень высокие, но официально в «Доме-корабле» всего 14 этажей. В здании 9 подъездов и тысяча квартир.



ЖИЛОЙ ДОМ COPPER HOUSE

Известный архитектор Сергей Скуратов является автором многих московских проектов, в том числе и необычных жилых комплексов. Copper House – это три здания кубической формы, которые расположены на небольших «подставках» в Бутиковском переулке. Строительство жилого комплекса было завершено в 2004 г. Облицованы фасады 6-этажных домов патинированной медью, что и придало зданиям такой необычный, яркий цвет.

Интересно, что на противоположной стороне зданий практически нет окон – жилой комплекс весь нацелен на набережную. Copper House назван самым известным образцом модернистской архитектуры на сегодняшний день.

На первых этажах Copper House находятся офисы, на остальных – элитные жилые квартиры. Единственный недостаток домов – дефицит балконов и лоджий, которыми архитектор решил пожертвовать в пользу реализации необычного проекта. На торцевом фасаде одного из домов, выходящего к скверу на углу Бутиковского и Молочного переулков, закреплены под разными углами зеркальные пластины, которые отражают небо, соседние здания и окрестности, поэтому как будто скрывают собственный фасад здания.



«ДОМ-РЕБУС» НА ВЕРХНЕЙ МАСЛОВКЕ

Эта новостройка выделяется из ряда типичных жилых комплексов Москвы тем, что узнать точно, сколько же в здании этажей, можно только после тщательного изучения проектных документов. На самом деле необычный внешний вид здания вызван тем, что архитекторы пытались решить главную задачу – разместить на как можно меньшей территории как можно больше полезной площади. В результате размеры квартир были увеличены за счет коридоров, лифтовых холлов и лестничных клеток. Все квартиры расположены так, что один коридор обслуживает сразу два этажа, а каждая квартира обладает двумя уровнями – высоким, с потолками в 5 м, и «спальным» – потолки здесь ровно вдвое ниже. На фасаде уровням квартир соответствуют большие и маленькие окна. Специалисты отмечают схожесть проекта с экспериментами конструкторов советских времен.

Подготовила Ирина КОНДРАШОВА



Международный отраслевой форум-выставка **ПОЖАРНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ XXI ВЕКА**

Москва, МВЦ «Крокус Экспо», II павильон, зал №10
24-27 сентября 2013 года

12-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА «ПОЖАРНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ XXI ВЕКА»

- Пожарная безопасность отраслевых направлений экономики и жизнедеятельности
- Пожарная техника, оборудование, системы защиты и спасения
- Охранная и пожарная автоматика (комплексные системы безопасности)
- Услуги в области пожарной безопасности
- Противопожарная пропаганда

Конкурсы:

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

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА В НАПРАВЛЕНИИ «ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
В ОБЛАСТИ ПОЖАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ. ВОПРОСЫ САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ. ИНВЕСТИЦИИ»



12+

Дирекция выставки: +7 (495) 727-25-98, fireexpo@crocus-off.ru, <http://www.fireexpo.ru>



ВЕЧНЫЙ

Сейчас каждый из нас находится под прицелом метких стрелков – пиарщиков. Кто эти люди и чем они занимаются? Ответ на этот вопрос получили гости МВЦ «Крокус Экспо», которые 23 и 24 января 2013 г. посетили 5-й международный фестиваль технологий продвижения и рекламы ProMediaTech.

Понятие Public Relations (связи с общественностью, или, как сейчас принято говорить, пиар) появилось лишь в начале прошлого столетия. Зародился современный пиар, конечно же, в Америке. Первым профессиональным агентством в этой области стала фирма «Паркер энд Ли», открытая в 1905 г. В России пиар как искусство, наука и прибыльный бизнес появился лишь в 90-е годы прошлого века. Пионерами индустрии стали SPN Ogilvy (1990), «Михайлов и партнёры» (1993), PRP Group (1995) и немногие другие.

Пиарщики – это люди, которые строят связи с общественностью, т.е. создают определённое мнение о событии, человеке, товаре, компании и т.д. Сегодня специалисты в области PR используют как новейшие технологии продвижения, так и некоторые инструменты пиара, известные со времён древних цивилизаций. Но не стоит путать PR с рекламой. Если реклама – это совокупность мер, способствующих продвижению товара на рынке, то пиар – набор инструментов для создания имиджа компании. Так, ухоженная, красиво накрашенная и стильно одетая девушка рекламирует себя одной только внешностью, а когда дама при этом ещё и кормит ухажёров блинчиками собственного приготовления, прилюдно занимается благотворительностью и пишет сонеты, это уже становится пиар-кампанией.

Существует несколько «цветных» разновидностей PR: «чёрный», «белый», «розовый». Различаются они по целям и методам. Каждому виду соответствуют особые технологии продвижения. Первый тип строится на очернении репутации конкурента, второй, честный, пиар лишь подчёркивает настоящие, не вымышленные, преимущества продвигаемого субъекта, а третий – создает мифы и легенды о клиентах PR-агентств. Распространять информацию можно по-разному: через Интернет, с помощью роликов на ТВ, рекламных постеров, радио коммерческого и «сарафанного», заказных статей в СМИ и т.д. – ящик с инструментами пиара не имеет дна!

Интересно, что к приёмам из арсенала PR прибегали ещё в древние времена: правители применяли особые инструменты убеждения, технологии продвижения и укрепления собственной власти. Предсказания и ритуальные пляски шамана, показа-



ДВИГАТЕЛЬ

тельные жертвоприношения, устрашающие обряды мая – чем не примеры древнего пиара?

В наши дни PR-технологии перешли на новый уровень. Индустрия стремительно развивается, появились специализированные журналы, проводятся научные конференции и выставки, посвященные этой теме. Так, в марте 2013 г. в Лондоне состоялась конференция Crisis Communications & Reputation Management In Financial Services («Кризисное управление коммуникациями и репутацией в сфере финансовых услуг»), в апреле – встреча специалистов PR & The Media 2013 и выставка Digital Media Europe 2013, а в мае в Амстердаме специалисты в области PR смогут посетить выставку WAN-IFRA Innovation Day Amsterdam.

Россия не отстает. Международный фестиваль ProMediaTech уже зарекомендовал себя как важнейшее событие на отечественном рынке услуг в сфере продвижения, рекламы, маркетинга и пиара. Название состоит из трёх сокращений: Pro – продвижение, Media – медиа, СМИ, Tech – технологии. Выставка, организованная компанией «БилдЭкспо», объединила руководителей, топ-менеджеров, арт-и PR-директоров различных фирм, работников СМИ, сотрудников рекламных, маркетинговых и пиар-агентств, а также госслужащих. Специалисты узнали о новинках отрасли, получили возможность ознакомиться с последними техническими изобретениями в области рекламы и передачи информации, установить бизнес-контакты.

Руководитель компании Origin Вадим Кельман провел мастер-классы по рекламным конструкциям: «Мобильные стенды как основа продвижения компании», «Подвесы – реклама, видная всем», «Объемные световые вывески на эксклюзивных стендах», «Двухэтажные стенды как дополнительная площадь для переговоров».

В фестивале приняли участие лидеры российско-го PR-рынка и ведущие компании в сферах, смежных с общественными отношениями.

Машина пиара работает подобно вечному двигателю – постоянно и без перебоев. Немаловажную роль в процессе его становления в России играет ежегодный фестиваль ProMediaTech.

Анастасия КОРЗУНОВА

К приёмам из арсенала PR прибегали ещё в древние времена: правители применяли особые инструменты убеждения, технологии продвижения и укрепления собственной власти.



ВСЮДУ СЕТИ...

В современном мире всё большую популярность набирает новое детище пиарщиков – продвижение в Сети. Создано множество программ по накрутке «лайков» (позитивных оценок Интернет-поста) и «фолловеров» (друзей и последователей в социальных сетях) вроде Vliker, Instahoot, Auto Followers, TweetAttacks и пр. Благодаря этим приложениям даже самые заурядные публикации быстро набирают популярность, а их автор – известность. Многие крупные компании ведут блоги в соцсетях и на портале YouTube, что, безусловно, способствует созданию и поддержанию имиджа. Небольшие фирмы (обычно Интернет-магазины) заказывают раскрутку в популярных сообществах «ВКонтакте» и Facebook.



АНГЛИЙСКАЯ

Продержаться полтора века в модной индустрии – задача нелегкая. Трудно, пожалуй, назвать другую компанию, чьи изделия вызывали бы одинаковое восхищение как во времена королевы Виктории, так и сегодня. Британской Burberry Group Plc это удалось.

Звезда Наполеона, взошедшая в начале XIX в., была столь яркой, что невольно заставляла оглядываться на Францию. Военные победы, административные реформы, создание новой системы законодательства и, не в последнюю очередь, «парижские моды» были дежурной темой разговоров во всех слоях европейского общества. Но только не в гордом Альбионе. Все эти Лангле и Леруа, о платьях и костюмах которых мечтали все модники и модницы, на англичан не производили никакого впечатления. У них был Джордж Браммел, король всех денди.

В общем, Англия хотела носить английское. И даже более того. Она была не прочь продиктовать моду «на английское» и всему остальному миру – ведь Британия правила не только морями, но и значительной частью практически всех континентов.

В этой обстановке некий Томас Бёрберри, ученик продавца мануфактуры из городка Бейзингсток, что в графстве Хэмпшир, решил открыть магазин одежды, для которого сам собирался шить платья. Произошло это в 1856 г., от которого и повела свою историю ныне всемирно известная фирма Burberry Group Plc.



В 2006 г. компания начала продажи онлайн в США, за ними через несколько месяцев последовала Великобритания, а с 2007 г. заказать изделия Burberry по Интернету можно из любой страны ЕС.

На протяжении более 100 лет изделия компании маркировались брендом Burberry's. В 1999 г. компания поменяла маркетинговое имя на Burberry. Все выпускаемые изделия теперь маркируют только так, однако некоторые аксессуары сохранили первоначальное написание.



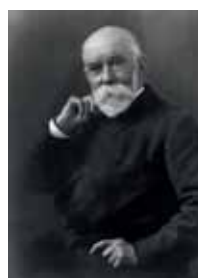
КЛЕТКА



У Томаса было немало достоинств. Он был молод – ему только исполнился 21 год, энергичен, у него был хороший вкус, колоссальная работоспособность и отменное здоровье, которое он поддерживал физическими упражнениями и долгими пешими прогулками. Именно они и привели Томаса к первой плодотворной идее. Помешанные на свежем воздухе англичане весьма ценили возможность дышать им при любой погоде. Дабы дождь и непогода не мешали, в гардеробе каждого английского джентльмена непременно был макинтош – плащ, пошитый из тяжелой прорезиненной материи. От сырости он спасал, но был неудобным, тяжелым, сковывал движения и, что называется, не давал «телу дышать». Томас Бёрберри хотел решить эту проблему.

Эксперименты с тканью заняли несколько лет. Это было своего рода хобби, которому посвящались свободные вечера. В 1880 г. у Томаса наконец получилась ткань, которая отвечала его требованиям. Особое переплетение нитей делало её легкой, «дышащей», достаточно теплой. И еще она обладала водоотталкивающим свойством. Бёрберри назвал её «габардин».

Ткань пустили в работу, и, по общему признанию, вещи из неё получались замечательные. В магазине Бёрберри они шли нарасхват. Через несколько лет Томас даже запатентовал своё изобретение. А вскоре, в 1891 г., процветающий торговец и известный модельер Томас Бёрберри перебрался в Лондон, где открыл свой магазин на престижной улице Хеймаркет.



Томас Бёрберри (1835–1926), создатель знаменитой марки Burberry и изобретатель габардина и тренчкота.

Ученик продавца мануфактуры из городка Бейзингсток в графстве Хэмпшир в 1856 г. открыл магазин одежды, для которого поначалу сам шил платья. От этого магазина и повела свою историю ныне всемирно известная фирма Burberry Group Plc. Ровно 100 лет, до 1956 г., компанией управляли члены семьи Бёрберри.



Джордж Браммел (1778–1840), английский денди, законодатель моды в эпоху регентства.

«Красавчик Браммел», как называли его современники, ввел в моду современный мужской костюм с галстуком, ставший официальной одеждой. О нем писали Бальзак, Бодлер, Конан Дойл. Лорд Байрон выделял среди современников трех великих людей – Наполеона, Браммела и себя. «Современник и соперник Наполеона, – писал о нем соотечественник, – властелин обширного царства моды и галстуков; могучий дух, перед которым склонились аристократы, которому покорился хороший тон, кивку которого подчинялся высший свет Европы; тот, кто только своим примером ввел обычай крахмалить шейный платок, кто пропитывал шампанским пересохшую кожу отворотов сапог. Его костюмы и его друзья были выбраны с одинаковым достоинством. Его имя всегда было окружено ореолом и соединялось со смелостью – этой величайшей доблестью света». В Лондоне в 2002 г. на Джермин-стрит установлен памятник Браммелу.

Компания Burberry имеет около 500 магазинов в более чем 50 странах мира. На нее работают 9 тыс. человек.



ФИЛЬМЫ-ЛЕГЕНДЫ, ВЕЩИ-МЕЧТЫ.

Незабываемый Хэмфри Богарт в «Касабланке» был одет в знаменитый тренкот от Burberry. Картина получила три «Оскара», в том числе в категории «Лучший фильм». Персонажи, диалоги и музыка вошли в число самых любимых среди зрителей всего мира. Этот фильм 1943 г. и поныне называют среди лучших в истории Голливуда. Впоследствии, правда, компании Burberry пришлось поплатиться за такую популярность – в 2012 г. сын Богарта Стивен подал на компанию в суд за то, что та, по его мнению, нелегально использовала фотографию его отца (кадр из фильма) для продвижения своей продукции.

Одри Хепберн в фильме «Завтрак у Тиффани» также была одета в скромный плащик от Burberry. В немалой степени из-за этого изделия с заветной маркой превратились в символ. Вещь-легенда, вещь-мечта. Многие женщины именно так относятся к плащам, сумкам, шарфам, зонтикам с заветной клеткой.



В 2011 г. оборот компании составил 3,5 млрд ф. ст., а чистая прибыль – 206 млн ф. ст.

ПАЛЬТО ДЛЯ ОКОПА

Победное шествие габардина продолжалось. Материал был столь хорош, что, как говорится, в рекламе не нуждался. И тем не менее Бёрберри считал, что отказываться от неё не след. Поэтому в газетах и журналах появилось объявление: «Габардин Т.Бёрберри – идеальный материал для Индии и всех Британских колоний. Способен противостоять натиску ветров, проливным дождям, колючим кустам, используется для производства верхней одежды, спасающей от любого ненастья».

А вскоре Томасу представился шанс продемонстрировать всей стране, что в его рекламе габардина нет никаких преувеличений. В его мастерских был разработан офицерский плащ, который Бёрберри окрестил «тренкотом», от английских слов trench – траншея, окоп, и coat – пальто. Сшили его, естественно, из габардина. Оно было не только удобным, но и элегантным, что было отмечено и одобрено военными.

Во время Первой мировой войны компания Burberry изготовила 500 тыс. тренкотов для армии, что принесло ей хорошие барыши и популярность торговой марке. Один из военных лётчиков впоследствии писал: «Во время войны мой самолет попал в аварию, и я упал в Ла-Манш. На мне был тренкот Burberry, так что мне пришлось избавиться от него. Его вернули через неделю – он пробыл в море 5 дней. Я ношу его до сих пор».

Впрочем, габардин нашел и другое применение. 7 июня 1910 г. к Южному полюсу планеты стартовала экспедиция норвежского исследователя Руала Амундсена. Её члены были экипированы в специальные теплые костюмы из габардина, сделанные мастерами Burberry. 18 марта 1912 г. в австралийском порту Хобарт – первом населенном пункте, которого достигли при возвращении путешественники, Амундсен отбил телеграмму в офис Burberry: «Самое сердечное спасибо Burberry. Комбинезон испытал на себе путешествие на санях и выдержал!» Должное замечательному материалу отдали известные исследователи Антарктики Эрнест Генри Шеклтон и Роберт Скотт, которые также использовали его в экспедициях.

Тогда имена этих мужественных людей были у всех на устах. И, конечно, их похвала много значила. Англичане, надевая плащи и пальто от Burberry, казались себе такими же смелыми людьми, как эти великие полярные исследователи. В 1901 г. Томас Бёрберри зарегистрировал торговую марку компании – конный рыцарь с копьем в руке и девиз «Prorsum», что в переводе с латыни означает «Вперед».

Учитывая удачный опыт изготовления одежды для полярников, компании предложили разработать комбинезоны для лётчиков, которые не меньше страдали от холода.

Задание было непростым. Комбинезон должен был быть теплым, облегающим, но не сковывающим движения, иметь массу карманов, но чтобы они ни за что не цеплялись. И главное – комбинезон не должен был гореть. Специалисты Burberry справились. В 1937 г. одетые в комбинезоны Burberry А.Е.Клаустон и Бетси Кирби показали лучшее время на перелете Лондон – Кейптаун. Кстати, самолет для них – De Havilland DH88 Comet – тоже предоставила компания Burberry.

К концу 30-х у компании Burberry была устойчиво хорошая репутация. А её стиль можно было определить как надежный, функциональный, элегантный. То есть именно то, что нужно настоящему англичанину.

ИСТОРИЯ О КЛЕТКЕ

После окончания Первой мировой войны на мужские и женские плащи, созданные на основе столь популярных офицерских тренчкотов, в компании стали ставить клетчатую подкладку. Это несколько снижало их «военизированность», вносило в строгость силуэта теплые нотки. И к тому же было в национальном духе.

Дело в том, что в конце XVIII в. шотландским кланам было разрешено носить ранее запрещенную любимую клетку, а в царствование Виктории она даже всячески популяризировалась, производство «шотландки» поощрялось. В какой-то момент клетчатая материя стала национальным брендом. «В клетку» были сюртуки и пиджаки, накидки и пальто, женские жакеты и платья, кепи и платки.

Правда, к концу XIX столетия клетка несколько приелась, и её начали изгонять из гардероба. Но в Burberry считали, что национальная любовь к клетке не прошла, она просто приутихла на время. Вызвать её опять к жизни будет не так уж сложно.

Так оно и оказалось. Поэтому после клетчатой подкладки тренчкотов появились клетчатые шарфы, зонтики и сумки. А потом клетка была зарегистрирована как бренд Burberry под названием Nova.

Компания открывала магазины не только по всей Великобритании, но и в других странах: во Франции, Италии, США, где их появилась целая сеть, а объемы продаж стали приносить пятую часть всех доходов Burberry. Расширился и ассортимент продукции Дома Burberrys – компанию стали так именовать по аналогии с французскими Домами высокой моды. Появились кожгалантерея и парфюмерия. И, наконец, настало время, когда бренд Burberry зажил отдельной жизнью от семьи, которая его породила.

Последний член семейства Бёрберри – Альфред Брайен ушел из компании в 1956 г. А годом раньше семейное предприятие хэмпширских Бёрберри было продано лорду Дэвиду Уолфсону. Сделка состоялась в самый благоприятный для бывшего владельца момент. В 1955 г. королева Великобритании Елизавета II выдала Burberry так называемое королевское разрешение (Royal Warrant), т.е. официальное подтверждение того, что компания является поставщиком королевского двора. Кстати, в 1989 г. Royal Warrant было получено снова, на этот раз от принца Чарльза.

Но, надо полагать, для покупателей в других странах куда важнее было то, что знаменитые плащи Burberry были на персонажах таких известных фильмов, как «Касабланка» и «Завтрак у Тиффани», героям которых хотели подражать миллионы зрителей.

Столь широкая популярность Burberry, однако, не пошла компании на пользу. Она привела к тому, что вещи со всем знакомой клеткой стали активно подделывать. И что еще более скверно для репутации фирмы, в некогда аристократическую клетку начали обряжаться представители всех социальных слоев и групп, в том числе кошмар полицейских всего мира – английские фанаты футбольных клубов. К концу 70-х британская пресса констатировала, что имидж Burberry испорчен бесповоротно.

Но слухи о кончине компании оказались преждевременными. Её руководители привлекли к работе талантливых дизайнеров, были созданы новые коллекции, подключена реклама – и в 90-е годы рыцарь с эмблемы Burberry был вновь на коне.

У Burberry Group Plc весьма неплохое финансовое положение. Её бренд включен в пятерку люкс-брендов мира. В общем, все обстоит более чем благополучно. Вот только, когда хотят объяснить, что такое Burberry, почему-то по-прежнему вспоминают тренчкот из габардина, придуманный Томасом Бёрберри в далеком 1895 г.

Андрей ВАСИЛЬЕВ



После Первой мировой войны на плащи, созданные на основе офицерских тренчкотов, стали ставить клетчатую подкладку. Это было в национальном духе.



В июне 2010 г. компания запустила свою первую линию косметики – Burberry Beauty.



В БРЮССЕЛЬ

Для рядового человека Брюссель – это, прежде всего, столица Бельгии и Евросоюза (здесь находится его штаб-квартира), город, где располагается офис НАТО, где главную площадь устилают ковром из цветов, где живет знаменитый «Писающий мальчик». Для специалистов Брюссель – это город, где находится выставочный комплекс Brussels Expo.

Выставочный центр Brussels Expo находится в самом сердце Европы и является важным узлом мировой торговли, промышленности и бизнеса. Выставочный комплекс был возведен в 1935 г. для проведения Всемирной выставки. Тогда было запущено в эксплуатацию 5 павильонов. Год спустя была создана некоммерческая организация «Брюссельский выставочный парк», основной задачей которой стала организация выставок, ярмарок и конгрессов, ориентированных на массовую аудиторию.

В настоящий момент комплекс состоит из 12 павильонов, общая площадь которых составляет 115 тыс. кв. м. Большинство из них построены в послевоенное время. Последняя серьезная реконструкция центра состоялась в 1998 г., когда было завершено строительство Парадного зала имени принцессы Астрид, соединившего большой паркинг с основными павильонами. В последующие годы проводилась реконструкция павильона № 3, ресторанной зоны, а также установка системы контроля доступа и современной системы кондиционирования воздуха. Сегодня Brussels Expo – это неповторимая архитектурная форма с развитой инфраструктурой и инновационным наполнением.

Одной из отличительных особенностей центра является «Аудиториум» – большой зрительный зал на 1860 мест. Здесь проводятся международные конференции с участием всемирно известных персон.



В выставочном центре Brussels Expo ежегодно проходит около 60 выставок и 90 иных мероприятий.

ПО ДЕЛУ



Символом комплекса является павильон № 5, имеющий оригинальную форму и расположенный в самом его центре. Площадь павильона – 13 тыс. кв. м. Здесь проходят все самые важные события. Различные помещения других павильонов легко преобразуются в зависимости от концепции мероприятий. Залы могут быть полностью переоснащены либо дополнены необходимым оборудованием. Во всех павильонах работают системы беспроводного доступа в Интернет Wi-Fi. Среди инженеров и техников, работающих в комплексе, есть представители разных стран, что позволяет наиболее эффективно работать как с местными, так и с европейскими и международными клиентами.

Паркингам отведена довольно вместительная площадка, т. к. удобство посетителей является приоритетной задачей для руководства Brussels Expo. Одновременно стоянки могут принять до 12 тыс. автомобилей.

Большую часть посетителей комплекса составляют европейцы, так что основная масса гостей добирается до столицы Бельгии на поезде. Данный вид транспорта очень развит в Европе. Например, из Лондона до Брюсселя можно легко добраться на поезде «Евростар» (Eurostar), а из Парижа, Амстердама и Кёльна – на поезде «Талис» (Thalys). Остановка для обеих линий одна – La gare du Midi, а оттуда на метро по шестой

Brussels Expo является крупнейшим в Бельгии выставочным центром. Он располагает 12 залами площадью от 3 до 13 тыс. кв. м, двумя конференц-залами и комнатами для переговоров.



LABELXPO («ЭТИКЕТКА»)

Одним из самых посещаемых событий Brussels Expo является Labelexpo Europe, участие в котором принимают экспоненты из более чем 100 стран мира. В среднем выставку посещают более 30 тыс. зарегистрированных специалистов. В 2013 г. проект побьет рекорд по занимаемой площади. С 24 по 27 сентября экспозиция расположится одновременно в 7 павильонах, общая площадь которых составляет более 50 тыс. кв. м.



АТОМИУМ

Атомиум – одна из главных достопримечательностей и визитная карточка Брюсселя. Он был спроектирован к открытию ЭКСПО–58 как символ атомного века и мирного использования атомной энергии. Сооружение задумывалось в качестве временного, которое должны были снести после выставки. Но в итоге здание оставили и стали использовать в качестве музея и выставочного зала. Иногда Атомиум называют брюссельской Эйфелевой башней – по значимости для города они, действительно, вполне сопоставимы. Комплекс представляет собой гигантскую модель молекулы Ferrum (железо), увеличенную в 165 млрд раз. Высота Атомиума – 102 м (34-этажный дом), вес – около 2,4 тыс. т. Диаметр каждой из девяти сфер – 18 м. Шесть из них доступны для посетителей. После длившейся почти два года реконструкции он был открыт вновь в 2006 г. Атомиум используется как музей, здесь проходят художественные выставки. Посетителей выставок наверх доставляет скоростной лифт.



ЦВЕТОЧНЫЙ КОВЕР НА ГРАН-ПЛЯС

Тот, кто еще не видел цветочный ковер, которым «устилают» главную площадь Брюсселя – Гран-Пляс, должен срочно внести это чудо в свой личный список «Достопримечательностей, которые надо посетить, до того, как умереть». Ковер из бегоний разворачивают в течение третьей недели августа по четным годам, он занимает 300 кв. м, и посмотреть на него съезжаются миллионы туристов. Каждый раз его создатели выбирают новую тему и орнамент. Подготовка начинается за год до события – готовится масштабированная схема, рассчитывается количество цветков и их цветовые комбинации. В ночь перед открытием цветами заполняют узоры, плотно укладывая бегонии. Их не сажают в землю – они держатся за счет плотной укладки и с помощью окружающего их дерна. Таким образом создается особый микроклимат, позволяющий цветам жить несколько дней. На 1 кв. м укладывают 300 цветов, а всего для цветочной феерии на Гран-Пляс требуется примерно 750 тыс. бегоний.

линии без пересадок в направлении «Король Бодуэн» (Roi Baudouin) до станции Heysel. Время в пути – около 15 минут. От аэропорта до Brussels Expo можно добраться на городском экспрессе (Airport City Express), который отходит от аэропорта каждые 15 минут (с 6 утра и до полуночи).

Brussels Expo славится масштабными выставочными проектами. Например, Международная корабельно-судовая выставка (Marine Maintenance World Expo) – это крупнейшее мероприятие центра с участием экспонентов и гостей со всего мира. Ближайшее событие состоится с 10 по 12 сентября 2013 г. Сюда съедутся не только начальники эксплуатационных служб, старшие офицеры морской таможенной инспекции и военно-морского флота, но и международные технические эксперты. Несмотря на то что событие позиционируется как узкоспециализированное, ежегодно павильоны Brussels Expo наполняются тысячами посетителей. Во многом это заслуга одного из организаторов мероприятия – компании UKIP Media & Events, которая проводит около 30 отраслевых выставок в разных уголках мира. Брюссельская выставка является наиболее авторитетной в этом списке.

Необычный проект запланирован к реализации с 1 июля по 30 сентября 2013 г. Павильон № 2, площадь которого составляет 4,5 тыс. кв. м, будет отдан под выставку динозавров (Expo Dino World). Экспозиция рассчитана на детскую аудиторию, здесь будут макеты самых известных видов динозавров, выполненные в натуральную величину. Не многие выставочные центры мира уделяют должное внимание проектам для детей, а ведь это очень перспективный рынок.

Помимо выставок в Brussels Expo ежегодно проходит огромное количество корпоративных мероприятий, участие в которых принимают не только крупные бельгийские компании. Комплекс притягивает к себе внимание всех стран Западной Европы.

Алексей ШАБУРОВ,
президент Конгрессно-выставочного центра «Сокольники»

Международная выставка цветов, растений, техники
и технологий для цветоводства и ландшафтного дизайна



Цветы Экспо

9 - 11 сентября 2013 года

Россия • Москва • Крокус Экспо

Вся индустрия цветоводства и декоративного садоводства

Цветы и растения из 25 стран мира

Чемпионат России по профессиональной флористике



www.flowers-expo.ru

Тел.: +7 (495) 221 12 51

E-mail: mail@flowers-expo.ru

ВЫСТАВКА

Панамо-Тихоокеанская международная универсальная выставка проходила в Сан-Франциско с 20 февраля по 4 декабря 1915 г.

Официальным поводом для ее проведения стало завершение строительства Панамского канала. На деле же она показала всему миру восходящую мощь Соединенных Штатов Америки и стала важной вехой в истории Сан-Франциско.

В начале прошлого века Сан-Франциско был самым богатым и процветающим городом Западного побережья США. Но катастрофическое землетрясение и последовавший за ним пожар в 1906 г. уничтожили город почти полностью. Решение Сената США провести в Сан-Франциско международную универсальную выставку, посвященную завершению строительства Панамского канала (первое судно прошло по нему в 1914 г.), заставило город мобилизовать все свои ресурсы и меньше чем через 10 лет после трагедии явиться миру в новом, еще более прекрасном виде.

ВОСТОРГ И ИЗУМЛЕНИЕ

Выставка раскинулась на территории в 2,6 кв. км (76 городских кварталов), от Форта Мэйсон через Президио и до пролива Золотые ворота – 31 страна и большая часть штатов США возвели здесь свои павильоны. Как писала пресса того времени, человеку, чтобы посетить все павильоны и аттракционы, потребовался бы целый год.

Неудивительно, что общим чувством всех посетителей было изумление и восторг.

Чудом была уже сама подготовка территории для выставки – чтобы ее создать, переместили 230 тыс.

куб м почвы и отвоевали у залива часть суши. Там, где еще недавно плескались волны, теперь возвышались величественные здания. Сегодня это фешенебельный район Сан-Франциско – Марина. Не меньше труда потребовало и создание модели Панамского канала. За входную плату в 50 центов посетители занимали места и пересекали канал на движущейся платформе, слушая пояснения через наушники.

Перед архитекторами стояла трудная задача – создать проект, который бы объединил единым замыслом все сооружения экспозиции. Всё разнообразие павильонов, экспонатов, зданий, мест отдыха и развлечения должно было быть не только функциональным, но и вписываться в натуральный ландшафт залива Сан-Франциско и окружающих его холмов.

Главным архитектором избрали Джорджа Келхама, который совместно с архитектурным советом разработал весьма простой и элегантный план экспозиции. Общая стоимость ее сооружения превысила 15 млн долл.

Со дня открытия – 20 февраля и до закрытия – 4 декабря 1915 г. выставку посетили свыше 18 млн человек. Доходы от ее проведения составили 1 млн долл.



ДВУХ ОКЕАНОВ

Архитектурным центром стала 43-этажная Башня драгоценностей – она вознеслась на высоту более 130 м и была украшена 105 тыс. специально ограненных разноцветных стеклышек из Богемии, которые днем ослепительно сверкали на солнце, а ночью освещались 50 мощными электрическими фонарями, скрытыми от глаз зрителей. Ее называли также Башней солнца. Публика того времени ничего подобного не видывала.

Арка башни служила центральным входом на выставку – через него посетитель попадал на площадь Вселенной, отсюда на запад вела дорога на площадь Четырех времен года, на восток – на площадь Изобилия. Здесь были возведены Дворцы продовольствия, образования и социальной экономики, сельского хозяйства, свободных искусств, металлургии и шахт и пр. Дворец машиностроения, в архитектурном облике которого явно просматривались черты Терм Каракаллы в Риме, был самым крупным сооружением выставки и самым большим на то время зданием в мире, сооруженным из дерева и стали. В длину оно имело 300 м, в ширину – 111 м, в высоту – 41 м. Весь персонал американской армии и военно-морского флота мог без труда уместиться внутри. Здесь расположились более 2 тыс. экспонатов.

Один из павильонов представлял собой точную копию греческого Парфенона, но его колонны были сделаны из секвойи. Французы построили свой павильон в виде здания Отель де Сальм в Париже, которое служило штаб-квартирой ордена Почетного легиона при Наполеоне. Всю ночь можно было провести в таверне «Олд Фэйсфул», точно такой, которая находится у знаменитого гейзера в Йеллоустонском парке. Возвращаясь после рюмки-другой, гость рисковал наткнуться на черноногих индейцев, которые «обитали» на экспозиции Национального парка Глэйшер.



Павильон Пенсильвании, временное пристанище Колокола Свободы.



КОЛОКОЛ СВОБОДЫ

Как гласит легенда, 4 июля 1776 г. колокол созвал жителей Филадельфии на оглашение Декларации независимости Вторым континентальным конгрессом. Хотя легенда не подтвердилась, колокол является главным символом борьбы страны за независимость от Великобритании. Специально для Панамо-Тихоокеанской выставки он совершил железнодорожное путешествие через всю страну из Пенсильвании, чтобы на него могли посмотреть все, кто пришел и приехал на выставку. После ее окончания колокол вернулся в Пенсильванию и больше никогда не покидал ее.

Архитектурным центром выставки была Башня драгоценностей – её украшали 105 тыс. специально ограненных разноцветных стеклышек из Богемии, которые днем ослепительно сверкали на солнце, а ночью освещались 50 мощными прожекторами.



В выставке приняла участие 31 страна, большинство штатов США возвели здесь свои павильоны.



КОНВЕЙЕР ФОРДА

На выставке был собран настоящий конвейер, с которого каждые 10 минут сходил новенький автомобиль. Конвейер работал по три часа каждый день после обеда, за исключением воскресений. За время выставки с конвейера сошло 4400 автомобилей Модели Т.



ВСЁ ДЛЯ УДОБСТВА И КОМФОРТА

Но целью экспозиции было не только поразить гостей необычной архитектурой величественных зданий, скульптурами и световыми эффектами – ставилась задача продемонстрировать новые достижения науки и техники за последние 10 лет. Здесь были автомобили, аэропланы, телефоны, движущиеся картины, или кино. В начале XX века все эти чудеса были внове и поражали воображение. Представленные в павильонах различные механические и электрические устройства пока еще очень мало использовались в повседневной жизни людей.

Среди экспонатов был первый паровой локомотив, купленный Южно-Тихоокеанской железной дорогой (сейчас он является экспонатом Музея железных дорог в Сакраменто, столице Калифорнии). Во Дворце транспорта был собран настоящий действующий конвейер Форда, с которого каждые 10 минут сходил новенький автомобиль.

Компания «Ундервуд» представила на своем стенде во Дворце свободных искусств прототип печатной машинки стоимостью 10 тыс. долл. «Это точная копия машины, на которой все скоро будут печатать» – гласила подпись под экспонатом. Она была значительно шире стандартных машинок «Ундервуд». Репортеры ежедневно печатали на ней свои статьи для газет.

Больше всего места на выставке было отдано машинам, призванным облегчить ежедневный труд людей и создавать удобства для жизни. Повсюду превалировала мысль об огромной роли, которую должны сыграть машины в том, чтобы сделать жизнь людей комфортной и полной удовольствия.

Представлены были и новые технологии, применяемые в земледелии и животноводстве. Во Дворце сельского хозяйства селекционеры и ученые представляли новые выведенные ими сорта растений. Писательницу Лору И. Вайлдер особенно поразила революционная технология дойки коров. Она писала: «Я видела коров, которых доили с помощью машины. Всё было чисто и аккуратно, и коровы ничуть не возражали».

Накануне открытия выставки был сделан первый трансконтинентальный телефонный звонок – Александр Грэхем Белл позвонил в администрацию выставки. Во все дни выставки работал телефон, связывавший противоположные части страны.

Вся территория была богато иллюминирована молодой компанией «Дженерал электрик».

Знаменитости того времени не приминули посетить модное событие. Здесь были Томас Эдисон и Генри Форд, президент Тафт, Теодор Рузвельт, Уильям Сароян, Дэвид У. Гриффит, будущая легенда американского кино, Буффало Билл Коди, герой Всемирной выставки в Чикаго в



1893 г., Чарли Чаплин, Камиль Сен-Санс и другие. Частым гостем был молодой Ансел Адамс, будущий знаменитый фотохудожник.

Финансирование проекта осуществлялось путем сбора средств через подписку. Некоторые индивидуальные жертвователи вносили до 250 тыс. долл. Общему духу воодушевления способствовало желание жителей как можно скорее восстановить город после катастрофы. Было создано несколько фондов, из которых финансировалось строительство.

Никакая большая выставка не обходится без развлекательной части. На Панамо-Тихоокеанской выставке была организована так называемая Зона, где были сосредоточены все виды развлечений. Киоски, продававшие всякую всячину, рестораны, конкурсы и соревнования, танцовщицы с островов Самоа и борцы сумо – здесь было всё, что так любит публика. Некоторые аттракционы, однако, были не вполне обычными – например Аэроскоп – двухэтажное сооружение, укрепленное на вращающейся стреле высотой почти 90 м. Смелчаки имели возможность любоваться открывающимся видом на выставку, океан, Сан-Франциско и залив. Инженером был некто Джозеф Страусс. Через 20 лет весь мир узнает его как строителя моста «Золотые ворота», самого узнаваемого и посещаемого моста в мире. Очень популярными были и аэрошоу – они привлекали до 10 тыс. зрителей.

О Зоне много писали в 1915 г., но, к сожалению организаторов, она не обеспечила той финансовой отдачи, на которую рассчитывали. Отчасти виной тому было ее не очень удачное расположение – в восточной части территории, довольно далеко от основных сооружений выставки, отчасти – чрезмерно высокие цены. Входная плата на некоторые аттракционы была установлена в 50 центов, и это в то время, когда средний дневной заработок фабричного рабочего не превышал 1 доллара. Неудивительно, что многим посещение Зоны оказалось не по карману.



ДЖОЗЕФ СТРАУСС

Инженер Джозеф Страусс, будущая гордость Америки, родился в 1870 г. в семье немецких иммигрантов. Свое инженерное мастерство он продемонстрировал еще на Панамо-Тихоокеанской выставке 1915 г. Но по-настоящему знаменитым его сделал

подвесной мост «Золотые ворота», перекинувшийся через пролив и соединивший северное и южное побережья залива Сан-Франциско. Мост открылся для движения пешеходов 27 мая 1937 г. На следующий день по сигналу президента Рузвельта на мост въехали первые автомобили. Во время празднования 50-летия моста в 1987 г. по нему прошли около 300 тыс. человек. Ярко-оранжевый, построенный в стиле арт-деко мост «Золотые ворота» до сих пор поражает своей гармоничностью и красотой и является по общему признанию чудом инженерной мысли и дизайна.



ПАНАМСКИЙ КАНАЛ

Судоходный канал, соединяющий Тихий и Атлантический океаны. Его длина 81,6 км. Строительство Панамского канала стало одним из крупнейших и сложнейших проектов, осуществленных человечеством. Благодаря Панамскому каналу морской путь из Нью-Йорка в Сан-Франциско сократился с 22,5 тыс. до 9,5 тыс. км. К сооружению канала военное министерство США приступило в 1904 г. На строительство, включавшее сооружение шлюзов и озер, потребовалось 10 лет, 400 млн долл. и 70 тыс. рабочих, из которых около 5600 погибли. Первое судно (океанский пароход) по нитке канала прошло 15 августа 1914 г., однако большой оползень в октябре помешал открыть регулярное движение в том же году. Официальное открытие канала состоялось лишь 12 июня 1920 г.



Дворец искусств – единственное сооружение выставки, дожившее до наших дней на том самом месте, где оно и было установлено почти 100 лет назад.

КОГДА ПОГАСЛИ ОГНИ

Наступил последний день работы выставки. Отзвучали финальные аккорды музыки, разносившейся с Башни драгоценностей, последний посетитель покинул территорию, огни погасли – и Панамо-Тихоокеанская выставка осталась только в истории. Наступили скучные будни разбора экспонатов и сооружений. Башню драгоценностей, возведение которой обошлось в 413 тыс. долл., продали компании по разбору зданий за 9 тыс. долл. Сами же «драгоценности» разошлись среди любителей сувениров – их продавали по доллару за штуку. Великолепные скульптуры, среди них «Нации Востока» и «Нации Запада», перенести на другое место не представлялось возможным – их уничтожили. К 1917 г. работы по расчистке территории были завершены. Чуть больше 900 тыс. долл. было выручено от распродажи имущества и экспонатов.

Но кое-какие следы выставки можно увидеть и сегодня. Ворота и пагода в японском садике в парке «Золотые ворота» остались здесь как часть японской экспозиции. Несколько стенных панно украшают различные здания Сан-Франциско. Орган, звучащий сегодня в «Аудиториуме», в 1915 г. располагался в Праздничном зале и был на то время вторым по величине органом в мире. 20-дюймовый рефракционный телескоп, бывший экспонатом во Дворце свободных искусств, сегодня всё еще используется по прямому назначению в обсерватории колледжа Чабот в Окленде. В Сакраменто в Музее железных дорог можно увидеть модель железной дороги, проложенной по территории экспозиции. По многим городам Калифорнии разбросаны бывшие чудеса Панамо-Тихоокеанской экспозиции 1915 г.

Выставка работала всего 9 месяцев, но за это небольшое время она дала существенный стимул развитию экономики Сан-Франциско, способствовала повышению духа его жителей, укрепила торговые связи США с остальным миром.

Ирина СКИБИНСКАЯ



II международная
специализированная выставка

Керамика

29 октября – 1 ноября 2013 года

МВЦ «Крокус Экспо»

www.keramikaexpo.ru

Экспозиции:

- Строительная керамика
- Техническая керамика
- Художественная керамика
- Оборудование для изготовления керамики
- Сырьевые материалы

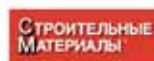
Телефон: +7 (495) 983-0671, +7 (916) 970-2191

E-mail: tolstikova@crocus-off.ru, zagorulko@crocus-off.ru

12+

Организатор:  **КРОКУС ЭКСПО**
Международный выставочный центр

Официальные партнеры:



НОВОСТИ А



Фра Бартоломео де Сан-Марко. «Мадонна с младенцем»

Прим. середина 1490-х гг., 13 млн долл. (первоначальная оценка – 10–15 млн долл.).

Аукцион Christie's, Нью-Йорк.

Картину ученика Леонардо да Винчи и друга Рафаэля «Мадонна с младенцем» в круглой раме вначале пытались продать через отдел частных продаж Christie's. Ее даже несколько раз привозили в Москву на закрытые выставки. Тем не менее картина попала на публичные торги и установила ценовой рекорд на работы художника. На аукционах картины Фра Бартоломео почти не появляются – большинство его работ находятся во Флоренции в многочисленных церквах, а также в галереях Уффици и Палаццо Питти.



Сандро Боттичелли. «Мадонна Рокфеллера»

Прим. начало 1490-х гг., 10,4 млн долл. (первоначальная оценка – 5–7 млн долл.).

Аукцион Christie's, Нью-Йорк.

Двадцать лет назад эта картина была продана на аукционе Christie's всего за 1,5 млн долл. Поэтому 10 млн долл. – несомненный рекорд для работ Боттичелли. Хотя на самом деле сумма очень скромная для картин великого художника, почти не выставляемого на аукционах. Картина, на которой изображена Мадонна с младенцем и юным Иоанном Крестителем, получила свое название из-за того, что долгие годы находилась в собрании семьи Рокфеллеров.



Берта Моризо. «После завтрака»

1881 г., 7 млн ф. ст. (первоначальная оценка – 1,5–2,5 млн ф. ст.).

Аукцион Christie's, Лондон.

Эта картина с неизвестной дамой на террасе превратила импрессионистку Берту Моризо в самую дорогую женщину-художницу в мире. До этого такой неофициальный титул принадлежал русской художнице Наталье Гончаровой, чья картина «Испанка» была продана на аукционе Christie's в 2010 г. за 10 млн долл.

УКЦИОНОВ



Амедео Модильяни.
«Жанна Эбютерн в шляпе»

1919 г., 27 млн ф. ст. (первоначальная оценка – 16–22 млн ф. ст.). Аукцион Christie’s, Лондон.

Эта картина уже дважды появлялась на торгах: в 1997 г. портрет был продан за 10 млн долл., а в 2006 г. уже за 30 млн долл. Теперь полотно вновь вызвало оживленный торг и было приобретено за 42 млн долл. (27 млн ф. ст.). Такое регулярное, раз в десятилетие, появление картины на торгах говорит о том, что приобретается она скорее инвесторами, чем коллекционерами, причем пока что инвестиции очень удачны.



Эгон Шиле. «Влюбленные – автопортрет с Валли»

Прим. 1914–1915 гг., 7,9 млн ф. ст. (первоначальная оценка – 6,5–8,5 млн ф. ст.). Аукцион Sotheby’s, Лондон.

Работы австрийского экспрессиониста всегда были очень популярны у коллекционеров. Рисунок попал на торги из собрания Музея Леопольда в Вене. Некогда собранная Рудольфом Леопольдом коллекция Шиле считалась лучшей в мире. Рисунки были выставлены на торги в связи с расформированием коллекции, и для равнодушных покупателей неразумно было бы воспользоваться случаем. Поэтому «Автопортрет с Валли» был продан за рекордную для рисунков Эгона Шиле сумму.



Пьер-Огюст Ренуар.
«Зонт от солнца»

1878 г., 9,7 млн ф. ст. (первоначальная оценка – 4–7 млн ф. ст.). Аукцион Christie’s, Лондон.

Скорее всего, на картине изображена постоянная модель Ренуара – молодая девушка с Монмартра Нини Лопес. Для знаменитого художника-импрессиониста достижение портретного сходства модели было не так важно, как отражение впечатления от соединения на картине летнего пейзажа в предместье Парижа с красотой, нежностью и невинностью молодой девушки.



Питер Дойг. «Дом архитектора в долине»

1991 г., 7,7 млн ф. ст. (первоначальная оценка – 4–6 млн ф. ст.). Аукцион Christie's, Лондон.

Картина написана в самый успешный период творчества художника, в начале 1990-х гг., когда Дойг закончил учиться в Лондоне и вернулся в Канаду. Полотно изображает дом архитектора Эберхарда Зейдлера сквозь вязь веток в долине Торонто. Конечная цена лота отлично иллюстрирует рост спроса на творения художника. В 2002 г. лондонский галерист Чарльз Саатчи купил эту картину всего за 314 тыс. ф. ст., а спустя пять лет продал уже за 3,6 млн долл.



Жан-Мишель Баския. «Охрана музея»

1983 г., 9,3 млн ф. ст. (первоначальная оценка – 7–9 млн ф. ст.). Аукцион Christie's, Лондон.

Эта работа (акрил и коллаж на холсте) была снята с аукциона Christie's в мае 2012 г. из-за спора между владельцем полотна английским аристократом Эдвардом Спенсером-Черчиллем и его дилерами. Картину в конце концов купил парижский дилер и инвестор Джон Сайег-Белхатовски в феврале 2013 г., сделав очень выгодное вложение капитала.



Френсис Бэкон. «Три эскиза к автопортрету»

1980 г., 13,8 млн ф. ст. (первоначальная оценка – 10–15 млн ф. ст.). Аукцион Sotheby's, Лондон.

В 80-е годы прошлого века художник создал серию из 11 автопортретных триптихов, только два из которых ныне находятся в музеях. Покупатель этой картины против обыкновения не скрыл своего имени – это немецкий табачный магнат и меценат Юрген Холл. В 2011 г. на аукционе Sotheby's в Лондоне Холл купил картину Герхарда Рихтера «Облако» и тут же предоставил ее в пользование Художественному музею в Бонне. Теперь туда же отправится и триптих Бэкона.

Пабло Пикассо. «Женщина, сидящая у окна»

1932 г., 28,6 млн ф. ст. (первоначальная оценка – 25–35 млн ф. ст.). Аукцион Sotheby's, Лондон.

Картина написана в бурный и плодотворный период творчества художника. В 1932 г. Пикассо переехал из парижской мастерской в более обширную загородную, увлекся скульптурой и перестал скрывать свои отношения с Мари-Терез Вольтер. С этого времени он регулярно выставлял ее портреты на выставке современного искусства в Париже.



Герхард Рихтер. «Абстракция»

1992 г., 8,2 млн ф. ст. (первоначальная оценка – 7,5–9,5 млн ф. ст.). Аукцион Sotheby's, Лондон.

Очередная абстракция Рихтера написана под впечатлением от любимых фотографий неба и облаков, которые собирал художник. Несмотря на то что полотно абстрактное, в нем можно угадать многое от настроений и пейзажей импрессионистов – Клода Моне, Эдгара Дега и Пьера-Огюста Ренуара. Сочетание цветов создает впечатление солнечных бликов и неба, просвечивающего сквозь стволы деревьев.



Crocus Logistics

Объединяем пространство

Uniting Space



Таможенное оформление
на собственных терминалах
Крокус-Интерсервис (Одинцово),
Крокус-Экспо (МКАД 65-й км).
Услуги полностью автоматизиро-
ванного складского комплекса

категории «А» на 33821 паллетомест.
Прямые договора с иностранными
перевозчиками.

*Пространство эффективной
логистики.*

143002 Московская обл., Одинцовский р-н,
с.Акулово, ул.Новая, д.137

Тел/факс: +7 495 593-43-33
www.crocuslogistics.com

КАКОВ СКЛАД, ТАКОВ И БИЗНЕС

Скажи мне, какой у тебя склад, и я скажу, какая у тебя компания. Для современного бизнеса это вполне оправданное перефразирование русской поговорки. Если деятельность компании связана с приемом и отгрузкой больших партий грузов или с логистикой, то склад является важнейшей и неотъемлемой частью всей инфраструктуры.

Для того чтобы склад работал эффективно, необходимо иметь достаточно обширную площадь, приспособленную для хранения и обработки товаров, высокопроизводительное погрузочно-разгрузочное оборудование, современное информационное обеспечение для учета движения грузов, а также, естественно, квалифицированный персонал, который способен управлять всем этим комплексом.

Компания «Крокус Групп» с самого начала именно так подходила к организации складского хозяйства. Она начала активно заниматься торговыми операциями в конце 80-х гг., и сразу возникла необходимость создания склада для хранения и распределения грузов. В Одинцовском районе Московской области был организован комплекс складских помещений для приемки и хранения товаров, распределявшихся затем по многочисленным магазинам, которыми владела в то время компания. Одним из существенных преимуществ этого склада, определившего его дальнейшее успешное развитие, было местоположение. Он находился всего в 10 км от МКАД, к нему имелся удобный подъезд со стороны Минского и Можайского шоссе.

Со временем, с расширением бизнеса «Крокус Групп», эти склады разрослись и развились в крупный современный торгово-складской комплекс, обслуживающий не только нужды самой компании, но и оказывающий услуги другим организациям.

Весной 2010 г., после реконструкции и нового строительства, «Крокус Групп» открыла современный автоматизированный многоэтажный складской комплекс класса А на 48 тыс. европаллет. Склад в Одинцовском районе оказывает услуги по приему, хранению, переработке и отгрузке товаров, доставляемых автомобильным транспортом. Их обрабатывают с использованием современного специального складского обо-

рудования, позволяя обеспечить высокую плотность хранения товаров, своевременность и точность приема и

Одной из основных функций складского комплекса является комплектация товаров для торговых центров «Твой дом», расположенных на 24 км МКАД (площадь 58,8 тыс. кв. м), на 66 км МКАД (105,9 тыс. кв. м) и в Воронеже (80 тыс. кв. м).



отгрузки заказов. Складской комплекс является промежуточным звеном во взаимодействии подразделений компании, а также в отношениях компании с внешними организациями. На складе хранятся, проходят комплектацию, сортировку и переоформление все товары, поступающие в сеть магазинов «Твой дом».

Общая площадь складского комплекса составляет 11,7 тыс. кв. м. Он включает двухэтажное здание, в котором располагаются офисные помещения, промежуточные складские зоны для приемки и отгрузки товара, склад для длинномеров. Основной корпус представляет собой многоэтажное здание высотой 44 м, длиной 118,5 м и площадью 4,4 тыс. кв. м со стеллажами внутри. Для удобства клиентов и транспортных организаций, пользующихся услугами склада, на территории имеется стоянка на 54 машино-места для грузового транспорта.

В зарубежной торговой практике наиболее рациональным считается соотношение торговой и неторговой площади магазина, равное 70 : 30. У «Крокус Групп» это соотношение составляет 76 : 24.

Склад оснащен автоматическим оборудованием для размещения грузов на стеллажах с самонесущей конструкцией. В работе используется специальная подъемно-погрузочная техника (штабелеры-автоматы) для складирования и снятия паллет. Все операции осуществляются и контролируются системой управления складами (СУС), которая предусматривает постоянный



ЕВРОПАЛЛЕТЫ (ЕВРОПОДДОНЫ)

Специальные, стандартных размеров, деревянные площадки с определенным расположением досок, предназначенные для размещения и оперативного перемещения грузов с помощью автопогрузчиков. Размер европаллета составляет 800x1200x145мм. На правых несущих ножках стандартного паллета обязательно наличие выжженного фирменного клейма EUR в овале. На остальных ножках также нанесена маркировка, указывающая производителя, и цифровая информация (серия, год выпуска). В 20-футовый контейнер может быть загружено 11 европаллет в один ярус.

В прошлом году складским комплексом в Одинцовском районе было принято на хранение 43,7 тыс. европаллет, а отгружено – 63 тыс.



обмен данными и возможность оперативно и эффективно управлять ресурсами склада. В высотном-стеллажном складе-автомате используется 5 штабелеров типа viara1, что позволяет размещать и отгружать до 300 паллет в час.

Уникальные параметры складского комплекса – высота помещений, степень автоматизации операций и система управления – делают его одним из самых современных логистических центров в Восточной Европе. Разработчиком проекта является известная немецкая компания Viastore Systems GmbH, специализирующаяся на комплексном проектировании интралогистических объектов для промышленности и торговли.

Данное складское хозяйство является частью общего логистического комплекса, сформированного «Крокус Групп» в Одинцове. Он включает склад временного хранения таможенных грузов, соответствующую инфраструктуру и подразделение («Крокус Логистик»), оказывающее необходимый набор услуг по таможенному оформлению товаров. СВХ и его техническое оснащение полностью отвечают требованиям, установленным законодательством Таможенного союза. На территории имеются холодильные камеры для хранения скоропортящихся грузов, площадки для досмотровых операций. Здесь также работают пункты фитосанитарного и ветеринарного контроля. Зона таможенного контроля позволяет размещать одновременно до 140 транспортных средств.

Благодаря комплексному характеру услуг и хорошей организации работ административно-складской комплекс успешно развивается. Как сообщил его директор Владимир Сидоришин, объем проводимых на складе операций вырос в 2012 г. по сравнению с 2011 г. почти на 50%. В ближайшие планы входит расширение складского комплекса и строительство аналогичного по технологическим характеристикам здания, рассчитанного на хранение 36 тыс. европаллет.

Основой успешной работы складского комплекса является четкая организация работы, строгий контроль за материальными потоками, планирование деятельности и систематическая отчетность. Как подчеркнул директор склада, важнейшим условием успеха хозяйства является теснейшее взаимодействие с руководством компании «Крокус Групп», которое постоянно держит в центре внимания деятельность складского комплекса.

Борис ПАВЛОВ

Складская площадь комплекса в Одинцове составляет около 50 тыс. кв. м. С учетом собственных складов магазинов «Твой дом» общая складская площадь, предназначенная для обслуживания торговых центров «Крокус Групп», равна примерно 60 тыс. кв. м.

ДОГНАТЬ И

Современная структура экономики России и темпы ее развития не позволяют рассчитывать на то, что в обозримой перспективе, как минимум в ближайшие 10–20 лет, она сможет догнать США и другие развитые страны. Если не предпринять кардинальных мер по переустройству хозяйственной жизни страны, отставание будет только нарастать.

Мировая экономика быстро меняется. Стремительная трансформация обусловлена постоянным совершенствованием технологий, углублением интеграции и глобализации, оперативным и безграничным распространением информационных потоков.

Во многих странах принципиально меняется экономическая ситуация. Соединенные Штаты методично проводят в жизнь энергетическую политику, направленную, с одной стороны, на постепенное сокращение использования углеводородов и переход на возобновляемые источники энергии, с другой – на уменьшение импорта энергоносителей. Происходящая там так называемая сланцевая революция позволит США уже через несколько лет стать полностью энергонезависимыми и перейти к экспорту излишков энергоресурсов. Европейские страны интенсивно внедряют энерго- и ресурсосберегающие технологии. По прогнозу, к 2020 г. 20% потребностей Европейского союза будет покрываться за счет возобновляемых источников энергии. В клуб развитых государств стремительно врывается Китай. Он стал второй по величине экономикой мира и продолжает развивать свое хозяйство количественно и качественно самыми быстрыми темпами в мире. Высокие показатели развития демонстрируют Индия и Бразилия. Многие экономики Юго-Восточной Азии и Ближнего Востока органично вписались в современную мировую хозяйственную модель и нашли свою специализацию. В 2012 г. экономика в развивающихся странах выросла в целом на 5,5%, в то время как в развитых – всего на 1,5%.

Россия со своей отсталой структурой экономики, основанной главным образом на эксплуатации природных ресурсов, в ближайшие десятилетия вряд ли сможет догнать ведущие экономики мира. Ее энергетический сектор окажется под влиянием внешних факторов: всё более широкое использование возобновляемых источников энергии традиционными покупателями, изменения в области спроса на ископаемое топливо, непредсказуемость мировых цен на нефть.

В условиях постоянно сокращающегося населения России, неразвитости институтов и плохо работающих механизмов свободного рынка перспективы модернизационного рывка остаются весьма призрачными. В России, по официальным данным, естественная убыль населения составляет около 700 тыс. человек. Помимо этого, сотни тысяч людей уезжают ежегодно в другие страны, причем в большинстве это квалифицированные специалисты, самая эффективная, активная часть трудовых ресурсов. По некоторым оценкам, из России уехало в последние 10 лет почти 1,5 млн человек.

Согласно прогнозам Министерства экономического развития, ВВП России в предстоящие 15–20 лет будет расти на 3,2–5,4% ежегодно, а, по нашему мнению, скорее всего с темпом ближе к нижнему пределу. Этого явно недостаточно, чтобы соответствовать изменениям в мировом хозяйстве и обеспечивать необходимое сближение российской экономики с ведущими государствами по объему производства и по размеру ВВП на душу населения. Так, в 2012 г. ВВП России, составлявший 2,1 трлн долл., был в 7,4 раза меньше, чем ВВП США (15,5 трлн долл.), т.е. разрыв был ра-



Россия, при населении, составляющем всего чуть более 2% мирового, и производя лишь около 3% глобального ВВП, занимает первое место в мире по обеспеченности природными ресурсами.

ПЕРЕГНАТЬ?

вен 13,4 трлн долл. К 2020 г. ВВП США достигнет, согласно ряду прогнозов, порядка 21 трлн долл., а России – около 3,7 трлн долл., что означает увеличение разрыва до 17,3 трлн долл. Это значит, что Россия будет не догонять США, а еще больше отставать от них. Такие же расчеты можно привести и для других стран – Германии, Японии, Китая.

Более того, ежегодный прирост ВВП России в абсолютном исчислении при нынешних и прогнозируемых темпах роста меньше, чем у таких стран, как Индия и Бразилия, что означает увеличение отставания России и от своих партнеров по БРИК. При этом ни отечественные, ни международные прогнозы не обещают существенного увеличения темпов роста российской экономики в ближайшие 15–20 лет.

Столь же бесперспективно выглядит и сопоставление России и США по размеру ВВП на душу населения. Российский показатель в настоящее время в 4 раза ниже. Чтобы достичь хотя бы нынешнего уровня США, при существующих темпах роста России понадобится не менее 30 лет (при условии сохранения экономической стабильности), а чтобы догнать США по этому показателю за более короткий срок, скажем, за 10 лет России надо развиваться с темпом не ниже 10% ежегодно, что весьма проблематично.

Ускорение экономического развития является для России стратегическим вызовом. Столь же важной задачей стратегического характера, непосредственно связанной с первой, является переход от патриархальной, неэффективной, структуры, основанной на эксплуатации природных ресурсов, к новой, отражающей все технологические перемены, произошедшие в мире за последние полвека. Для нашей страны это является одним из условий выживания и сохранения своего места в мировой цивилизации и политике.

В современной экономике основной прирост стоимости (рост ВВП) происходит не за счет эксплуатации и продажи природных ресурсов, а за счет новых производств и технологий. Наиболее яркий пример – Япония, которая, практически не обладая природными ресурсами, имеет ВВП втрое больше, чем у России. Другой пример – Китай. Он стал второй экономикой мира за счет освоения привлеченных технологий, используя, конечно, колоссальный резерв трудовых ресурсов. Страна превратилась в своего рода всемирную фабрику и продает не сырье, а готовые изделия самого широкого ассортимента – от текстиля и одежды до игрушек и электроники, от бытовой техники и компьютеров до автомобилей. Напрашивается вывод: при нынешнем раскладе в российской экономике, как ни старайся, лидеров не догонишь, более того, отставание будет нарастать.

Россия, при населении, составляющем всего чуть более 2% мирового, и производя лишь около 3% глобального ВВП, занимает первое место в мире по обеспеченности природными ресурсами. Неспособность эффективно распорядиться этим богатством может иметь далеко идущие последствия. Нельзя забывать, что успешно и быстро развивающиеся страны, наращивающие свою экономическую мощь, со временем могут усилить свои претензии на обширные российские территории, содержащие огромные запасы полезных ископаемых. Во имя будущих поколений



Россия со своей отсталой структурой экономики, основанной главным образом на эксплуатации природных ресурсов, в ближайшие десятилетия вряд ли сможет догнать ведущие экономики мира.

В современной экономике основной прирост стоимости происходит не за счет эксплуатации и продажи природных ресурсов, а за счет новых производств и технологий.



США проводят в жизнь энергетическую политику, направленную на сокращение использования углеводородов, переход на возобновляемые источники энергии и уменьшение импорта энергоносителей.

Имеются широкие возможности для развития в стране нефтехимии на базе существующих объемов добычи нефти и газа. Есть необходимые производственные мощности для налаживания металлоемкого производства на базе отечественной металлургии.



Экономические показатели некоторых стран мира

Страны	ВВП, млрд долл.		Средний темп роста в 2003-11, %	ВВП на душу в 2010, тыс. долл.
	2003	2011		
США	11 142	15 060	1,6	47,1
Китай	1 641	6 989	10,8	4,3
Япония	4 229	5 855	0,7	42,5
Германия	2 428	3 629	1,2	40,2
Индия	591	1 843	8,2	1,2
Бразилия	556	2 518	3,9	10,1

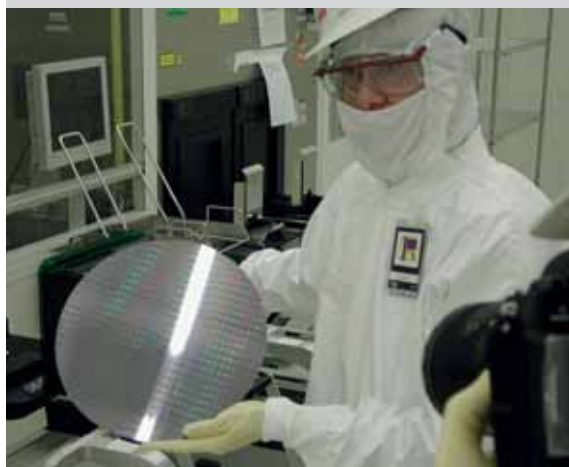
Источник: The CIA World Factbook 2012.

Экономика России

ВВП, трлн руб.	2003	2012
	13,2	62,4
Средний темп роста ВВП, %	2003-08	2009-12
	7,1	2,0
ВВП на душу населения, тыс. руб.	2003	2011
	91,6	381,8

Источники: Росстат, МЭР.

В развитии технологичных отраслей надо шире использовать зарубежные разработки и смело закупать лицензии для налаживания производства соответствующей продукции внутри страны.



Россия не имеет права медлить – она должна дать адекватный ответ стратегическим вызовам времени.

Самым логичным путем ускорения экономического роста, способным относительно быстро дать позитивные результаты, является использование возможностей экономического механизма, а также целенаправленных государственных программ для реструктурирования хозяйства и активизации инвестирования.

Существует несколько направлений, в которых неизбежно придется работать. О некоторых из них говорится давно, но мало что делается. Так, в сфере материального производства, как минимум, необходимо реально и на деле более рационально использовать свое сырьевое богатство и сосредоточить самым энергичным образом усилия на углублении переработки первичных материалов, отправляемых в настоящее время преимущественно на экспорт. В частности, имеются широкие возможности для развития в стране нефтехимии на базе существующих объемов добычи нефти и газа. Есть необходимые производственные мощности для налаживания металлоемкого производства на базе отечественной металлургии. Многие действующие предприятия могли бы расширить выпуск продукции судостроения, транспортного оборудования, строительной техники.

В развитии технологичных отраслей, таких как, например, авиастроение, надо шире использовать зарубежные разработки и смело закупать лицензии для налаживания производства соответствующей продукции внутри страны, как, между прочим, поступает Китай. Можно было бы приобрести эффективные лицензии для производства, например, самолетов в категории легкой авиации, вместо того, чтобы тратить миллиарды на собственные разработки проектов с сомнительной перспективой.

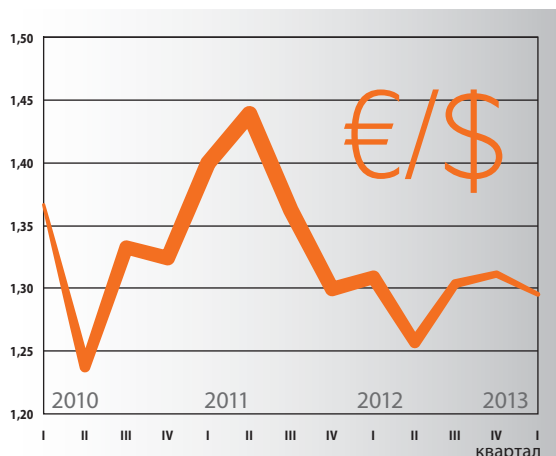
При реализации транспортных проектов необходимо предусматривать вовлечение в экономический оборот новых территорий страны, что весьма важно при российских масштабах. Например, строительство комбинированного железнодорожного и автомобильного моста на остров Сахалин могло бы прирастить, облегчить и удешевить сообщение Дальнего Востока с огромным важным районом, имеющим немалые природные ресурсы.

Условием осуществления инфраструктурных проектов должно быть обеспечение их окупаемости в будущем. При строительстве новых объектов за счет государственных средств необходимо предусматривать их прибыльность при дальнейшей эксплуатации. Надо, чтобы вводимые инфраструктурные сооружения органично вливались в существующую систему производства и содействовали его росту и формированию новых финансовых потоков.

Целенаправленная деятельность в этих направлениях и реализация сформулированных задач могли бы создать надежную основу для ускорения экономического роста России.

Арас АГАЛАРОВ

Курсы валют



Доля некоторых стран в ВВП, экспорте и населении мира, 2011 г., %

Страны	ВВП (по ППС)	Экспорт	Население
Всего, мир	100	100	100
США	19,1	9,4	4,5
Китай	14,3	9,4	19,6
Япония	5,6	4,2	1,9
Индия	5,6	2,0	17,6
Германия	3,9	8,2	1,2
Россия	3,0	2,6	2,1
Бразилия	2,9	1,3	2,8

Источник: World Economic Outlook, International Monetary Fund, 2012.

Новости экономики

ВНЕШНИЙ ДОЛГ РФ

По уточненным данным Центрального банка РФ, внешний долг РФ за 2012 г. вырос на 17,2% – до 631,8 млрд долл. На 1 января 2012 г. он составлял 538,8 млрд долл. К 1 января 2013 г. внешний долг органов государственного управления достиг 47,8 млрд долл. (включая долг бывшего СССР в 2,1 млрд долл.) против 34,7 млрд долл. на начало 2012 г. За прошедший год долг органов государственного управления вырос на 37,8%. Долг банковского сектора за 2012 г. вырос на 23,8% и на 1 января 2013 г. составил 201,6 млрд долл.

ОЗДОРОВЛЕНИЕ КИПРА

Президент Кипра Никос Анастасиадис надеется реализовать меры по спасению экономики Кипра за 3–6 месяцев. Помочь в этом призван пакет из 12 мер, которые направят экономику в нужное русло и позволят перейти к росту. В их основе – привлечение иностранных инвестиций, а также защита уязвимых групп населения. В частности, направляемая на реинвестирование прибыль будет освобождена от уплаты налогов; иностранные инвестиции получат льготы. Планируется снизить ставки по кредитам, стоимость электроэнергии и аренды, договориться с работодателями о предоставлении на предприятиях 70% рабочих мест грекам-киприотам.

НАЛОГИ ЦУКЕРБЕРГА

Налоговые обязательства основателя и генерального директора социальной сети Facebook Марка Цукерберга за 2012 г. составили более 1 млрд долл., сообщают американские СМИ. По подсчетам Налоговой службы США (IRS), общая сумма обязательств Цукерберга по подоходному налогу, который составляет в США 35%, исчисляется в 2,3 млрд долл. С учетом многомиллионных благотворительных пожертвований основателя Facebook итоговая сумма налога с его доходов составляет 1,1 млрд долл. По подсчетам журнала Forbes, состояние гендиректора Facebook составляет около 13,3 млрд долл.

ПРОГНОЗ МВФ

Согласно докладу «Перспективы развития мировой экономики» (World Economic Outlook), МВФ понизил прогноз роста мировой экономики в 2013 г. до 3,5% с 3,6%, ожидавшихся в октябре прошлого года, и до 4,1% в 2014 г. с 4,2% ранее. В 2012 г., по оценке МВФ, рост мировой экономики составил 3,2%. Рост экономик развитых стран, по мнению МВФ, составит в 2013 г. 1,4%, в 2014 г. ускорится до 2,2%, в т.ч. США – 2% и 3% соответственно, Японии – 1,2% и 0,7%, Китая – 8,2% и 8,5%. ВВП Еврозоны в этом году сократится на 0,2%, в 2014 г. вырастет на 1%.

ОТЕЛЬ НУАТТ

Власти Приморья нашли способ завершить строительство двух отелей Hyatt, которые должны были принять гостей во время саммита АТЭС во Владивостоке. Затраты бюджета на эти гостиницы уже превысили 11 млрд руб., но администрация края рассчитывает вернуть деньги за счет их продажи. Региональный бюджет предоставит ОАО «Наш дом – Приморье» (100% акций принадлежит краю) гарантии, позволяющие получить кредит в банках на 1 млрд руб. Средства пойдут на завершение строительства двух отелей уровня «пять звезд» на мысе Бурный и на Корабельной набережной.

АБУ-ДАБИ В НОВОРОССИЙСКЕ

Государственный инвестфонд Abu Dhabi Invest AD из ОАЭ подтвердил свои намерения поучаствовать в приватизации 20% акций «Новороссийского морского торгового порта» (НМТП) и стать его стратегическим инвестором. Россия – один из стратегических регионов для фонда, говорится в письме-подтверждении Abu Dhabi Invest AD, о чем, в частности, свидетельствует его партнерство со «Сбербанком» в проекте «Красная поляна».



Россия и США в Великую рецессию

«Форбс», США

В последнее время много говорят о том, что США, наконец, вышли из Великой рецессии. Частично это связано с хорошей ситуацией, сложившейся на рынке труда. Хотя никто пока не торопится торжествовать – Соединенные Штаты долго выходили на докризисный пик, и безработица по-прежнему остается высокой, – можно смело сказать, что такие респектабельные комментаторы, как Мэтт Иглесиас и Дерек Томпсон, сейчас проявляют больше оптимизма, чем когда-либо в последние годы. И это выглядит вполне оправданным: число рабочих мест в частном секторе уже давно продолжает расти, а экономика несколько лет подряд показывает уверенный, хотя и небольшой, рост. Многих все еще тревожат последствия бюджетного секвестра, продолжают споры о будущем экономическом курсе США, однако в подавляющем большинстве экономических статей, которые я читал, общий дискурс перешел от кризисного режима к обычному.

России, между тем, продолжают критиковать за плохое управление экономикой. В статье, опубликованной Legatum Institute, Бен Джуда обвиняет русских в безответственном «экономическом популизме» и утрате бюджетной дисциплины. Леон Арон в Foreign Affairs пишет, что Кремль, столкнувшись с «трудной экономической обстановкой», продолжает глупо настаивать на продолжении широкой кампании по перевооружению. Впрочем, по сравнению с апокалиптическими предсказаниями о быстро приближающемся коллапсе российской экономики, которые делает Оуэн Мэтьюз, обе эти статьи выглядят образцами учтивости и сдержанности.

На этом фоне в голову приходит крайне радикальная мысль: совместить несколько графиков, отображающих показатели США и России с начала Великой рецессии. Разумеется, у автора есть собственная интерпретация информации, которая представлена в них (если говорить коротко, Россия вполне достойно справляется с кризисом), но в данном случае пусть читатели самостоятельно делают выводы. Итак, без лишних проволочек перейдем к графикам!

Для начала возьмем реальный квартальный ВВП (информация из базы данных Федерального резерва и Росстата). Затем чистый госдолг и состояние с безработицей (данные МВФ). Потом данные Всемирного банка о реальном ВВП на душу населения (надо учесть, что в абсолютных цифрах подушевой ВВП в США намного выше, чем в России, – речь идет только о динамике с 2007 г.). И, наконец, инфляция (данные Бюро трудовой статистики США и Росстата).

Демонстрирует ли что-либо из вышеприведенного некие удивительные успехи России, которым прочие страны должны подражать? Нет. Но всегда бывает интересно сравнивать реальные российские экономические показатели (вполне достойные) с тем, как их обычно описывают (ужасные, ухудшающиеся, катастрофические плоды некомпетентного управления). Также смешно думать о том, что писали бы о России, если бы она, как США, удвоила государственный долг, так и не смогла снизить безработицу до докризисного уровня или почти семь лет подряд не наращивала бы ВВП на душу населения.

Сопоставление статистических данных о динамике основных экономических показателей в США и России показывает, что критика в адрес экономического управления в России несостоятельна.



Varents Observer

Первая пауза в импорте электроэнергии

«Баренц обсервер», Норвегия

Тарифы на электроэнергию, покупаемую в России, и собственные тарифы в северо-европейской энергосистеме становятся все ближе и ближе. Утром в среду 6 марта с 8 до 10 часов впервые за 32 года была отключена идущая на юг Финляндии трансграничная ЛЭП с передающей способностью 1400 МВт.

«Мы бы только теряли деньги, если бы покупали электроэнергию на российском энергетическом рынке в период пиковых нагрузок», – говорит в интервью газете Taloussanomati Марья Раси-Курронен, директор трейдинговой компании NordicRao.

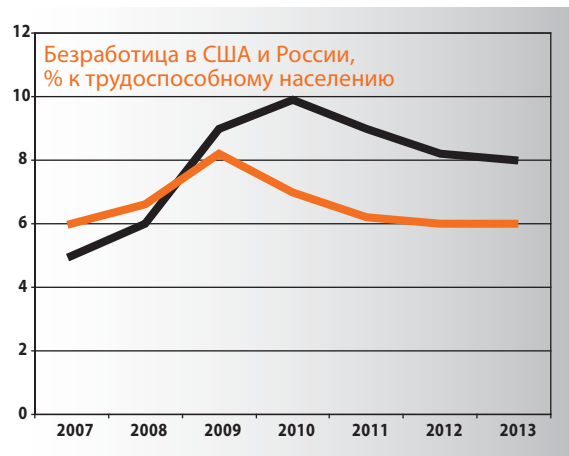
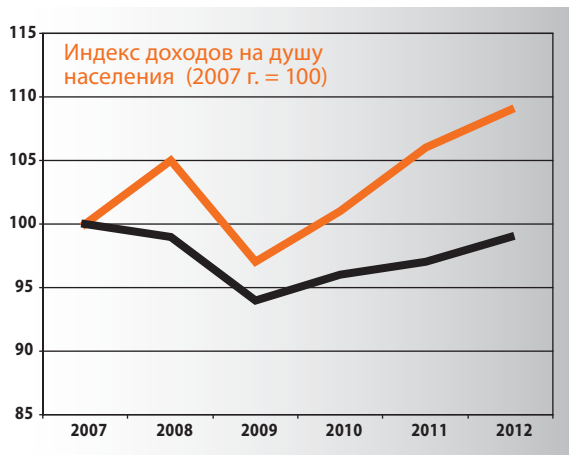
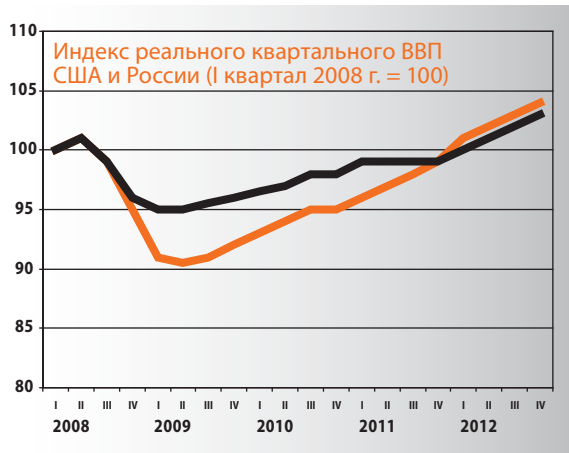
По словам Ристо Линдроса из Fingrid, оператора общегосударственной электроэнергетической системы, утром в этот день российский тариф был на уровне около 1 тыс. руб. (25 евро) за мегаватт-час, тогда как в Финляндии мегаватт-час шел по 41 евро. С учетом налогов и платы за использование сети импорт из России стал просто невыгоден.

На сайте Fingrid в режиме реального времени отображается уровень импорта электроэнергии из России и передачи ее в другие страны Северной Европы и Эстонию.

Построенная в 1981 г. российско-финская высоковольтная линия с пропускной способностью 1400 МВт послужила для передачи значительных объемов электроэнергии в Финляндию и далее в Скандинавию через биржу NordPoolSpot. Часть поставляемой энергии вырабатывается на Ленинградской АЭС.

Имевшая место пауза в импорте связана с высокими пиковыми тарифами в России и весенним потеплением, обусловившим прирост генерации электроэнергии на скандинавских гидроэлектростанциях.

— Россия
— США



Впервые с 1981 г. была на время отключена идущая на юг Финляндии трансграничная ЛЭП. Причина в том, что закупки электроэнергии в России становятся невыгодными.



每日 Российские энергетики переключаются на Японию

«Майнити», Япония

Главы крупнейших производителей энергоресурсов России – страны, обладающей самыми большими в мире месторождениями природного газа, провели ряд встреч в Японии, активно предлагая поставки сжиженного природного газа (СПГ). Скорее всего, причина – в сокращении экспорта газа в Европу из-за американской сланцевой революции, в результате чего российские компании начали искать возможности расширения поставок газа Японии.

Министр энергетики России А.Новак посетил Японию и при участии руководителей компании «Новатэк», производителя природного газа номер два в России, провел переговоры с директорами японских компаний TEPCO, Tokyo Gas, Mitsui & Co, Marubeni Co. В своем заявлении СМИ министр энергетики дал понять, что было достигнуто соглашение по созданию совместной рабочей группы между компаниями, которая будет заниматься заводом по производству СПГ, который «Новатэк» планирует построить на полуострове Ямал.

Президент государственной компании «Роснефть», занимающей первое место в России по объемам производства нефти, Игорь Сечин делал презентацию проекта строительства завода по переработке природного газа в СПГ «Сахалин-1» пяти японским компаниям, в частности Marubeni и Itochu.

Президент Владимир Путин в середине февраля обозначил проблему низкой доли России на мировом рынке СПГ (3%), отметив, что «если мы не примем срочных мер, то можем совсем потерять рынок». Соответствующим министерствам он дал указание рассмотреть возможность снять монополию госкорпорации «Газпром» на экспорт газа. Это и послужило детонатором к переговорам о поставках в Японию такими «вторичными» компаниями, как «Роснефть».

С другой стороны, совместное предприятие «Газпрома» и японских компаний Mitsui & Co и Mitsubishi Corporation производит около 10 млн т СПГ в год, из которых примерно 70% отгружается в Японию. Помимо этого было принято решение о строительстве нового завода по производству СПГ недалеко от Владивостока на Дальнем Востоке России, японские исследовательские и торговые компании рассматривают свое участие в этом проекте. Производство сланцевого газа в Америке набирает

обороты, катарские заводы СПГ, работавшие на США, развернулись в сторону европейского рынка. В результате объемы российского газа, поставленного в Европу в прошлом году, сократились на 7,4% относительно показателей позапрошлого года. Строительство завода СПГ на Дальнем Востоке является стратегическим шагом России с целью расширения поставок в Азию, включая не только Японию, но и Китай и Южную Корею.

Премьер-министр Японии С.Абэ планирует официальный визит в Россию. Главы правительств Японии не посещали Россию уже десять лет. На встрече глав государств России и Японии важными вопросами для обсуждения, скорее всего, станут не только проблема Северных территорий, но и энергетическое сотрудничество на базе СПГ.

Япония за 2011 г. импортировала 83,2 млн т сжиженного газа. Из них примерно 30% приходится на страны Ближнего Востока, такие как Катар. Россия следует за Малайзией (18%) и Австралией (16%) со своими 9%. Страны Ближнего Востока, являясь нефтедобывающими странами, устанавливают закупочные цены с привязкой к нефти. Даже при снижении цен на СПГ на американском рынке после резкого расширения производства сланцевого газа Япония, сильно зависящая от стран Ближнего Востока, вынуждена закупать сырье по высоким ценам.

Цены на российский газ также привязаны к нефти, и дешевыми их назвать сложно. Однако Chubu Electric Power Co, Osaka Gas, Tokyo Gas и другие энергетические компании Японии говорят о «возможности снижения российских цен», если разыграть на переговорах карты перехода на поставки сланцевого газа из Северной Америки и снижения спроса на газ в Европе. Представитель Министерства экономики, торговли и промышленности Японии говорит также о «возможности быстрых поставок из России в случае чрезвычайных происшествий за счет территориальной близости», надеясь на этот способ поддержания энергетической безопасности в экстренных ситуациях.

Вопрос в том, насколько можно доверять российской стороне. Здесь сильна позиция осторожного подхода, если дело касается участия крупных российских предприятий и госпредприятий, которые глубоко связаны с правительством Путина. ■

Российские компании ищут возможности расширения поставок сжиженного природного газа на рынок Японии. Причина – в сокращении экспорта газа в Европу из-за американской сланцевой революции.

Демократия и экономический рост противоречат друг другу?

atlantico

«Атлантико», Франция

Экономисты уделяют большое внимание связям между развитием и политическим режимом страны (это относительно недавно возникшая сфера исследований). Анализ продолжается, потому что объем материала для изучения просто безграничен, а последствия для благополучия человечества поистине огромны. Как бы то ни было, в настоящий момент наблюдается что-то вроде консенсуса. Демократия (*demos* — народ, *kratia* — власть) пускает корни лишь начиная с определенного уровня экономического развития. Демократия обходится недешево. Для нее требуется проведение свободных, а значит контролируемых, выборов. Для нее нужны честные политики и чиновники, которые должны сопротивляться коррупции и, следовательно, получать хорошую зарплату. Небогатым странам очень трудно позволить себе такую дорогую структуру, как демократия. В то же время в богатых странах с высоким уровнем образования демократия почти неизменно одерживает верх над губительными для свободы системами. Рынок и демократия усиливают друг друга.

Если богатство ведет к демократии, то верно ли и обратное? В своей знаменитой статье американский экономист Роберт Барро показал, что в современной истории подъем демократии способствовал развитию экономики стран с низким уровнем дохода. В то же время, начиная с определенного уровня богатства, демократия может сделать экономику менее гибкой. Так, демократическое давление приводит к принятию всё более масштабных социальных программ, всё больших налогов и всё более суровых ограничений для предприятий. И это отрицательно отражается на экономическом росте.

Получается, с определенного уровня нам нужно ограничить демократию и повернуться в сторону просвещенной диктатуры? Нет, отвечает нам Дени Родрик. Дело в том, что демократия обладает и другими экономическими преимуществами помимо того, о чем говорил Барро. В среднесрочной перспективе экономический рост заметно стабильнее в демократических странах. Внешние потрясения (экономический кризис у торгового партнера, нефтяной шок, паника на финансовых рынках...) ударяют по ним не так сильно. Система перераспределения влечет за собой формиро-

вание социальных программ (пособия по безработице, финансовая поддержка беднейших слоев населения, финансирование здравоохранения...), которые не дают рецессии погрузить часть населения в нищету и свергнуть всю страну в социально-экономическую бездну.

Разве теоретики так называемых идеальных рынков не доказали, что одного лишь рынка уже достаточно для социально-экономического оптимума? Да, но при этом часто упускают из виду, что подобное возможно лишь при условии, что у каждого будет достаточно ресурсов для выживания! В то же время общественное перераспределение при высоких налогах может перечеркнуть все стремления к инвестициям, предпринимательству, накоплениям... То есть оно может стать тормозом для экономического роста. Наиболее либеральные эксперты одновременно правы и неправы. Они правы, когда утверждают, что перераспределение может затормозить рост. Но ошибаются, так как без вмешательства государства нет никакой гарантии, что общество придет к этому самому «оптимуму».

Азия сейчас представляет собой своего рода модный контрпример. Разве в начале своего подъема Южная Корея, Сингапур и Китай не опирались на решительную стратегию, которая была нацелена на рыночную экономику, но в то же время не проявляла особого стремления к диалогу и просвещенному деспотизму? Такой аргумент свидетельствует о (к сожалению, частой) методологической ошибке, которая заключается в формировании общих выводов на основе частных моментов. Ведь можно привести в пример как минимум не меньшее число стран с непросвещенными диктатурами, которые так до сих пор и не смогли выйти на достойный экономический уровень: Центральная Африка, Латинская Америка, Ближний Восток... И кто сказал, что Сингапур не могла постигнуть та же самая участь без железной руки Ли Куан Ю? Отдельный пример никогда не может служить доказательством и в лучшем случае лишь иллюстрирует его. Дать ответ на эти вопросы могут лишь полномасштабные глобальные исследования. А их результаты предельно прозрачны: демократия сама по себе не может быть препятствием для экономического развития. Автор — Никола Бурзу, экономист, основатель и директор *Asteres*.

Экономисты регулярно рассматривают связи между развитием и политическим режимом стран и утверждают, что богатство облегчает путь к демократии. Никола Бурзу в книге «За шумом падающего дерева мы не слышим, как растет лес» вновь возвращается к этому вопросу и пытается понять, возможна ли и обратная тенденция.

atlantico Богатые приносят обществу пользу?

«Атлантико», Франция

Atlantico: В книге «Неожиданные последствия» американский миллиардер и бизнесмен Эдвард Конард развивает мысль о том, что, несмотря на общепринятое мнение, сверхбогатые люди скорее приносят обществу пользу, а не паразитируют на нем. Каким образом подобное сосредоточение богатств может благотворно сказаться на обществе?

Бертран Жакийя: Тот факт, что богатые сосредотачивают в своих руках богатства, вовсе не означает, что они сами их не производят. Бедный человек мало влияет на окружающее пространство, тогда как богатый формирует вокруг себя настоящую финансовую экосистему. Именно эта экосистема и позволяет богатым создавать богатства. Те, кто сейчас уезжают за границу по финансовым причинам, раньше содержали недвижимость, обслуживающий персонал и разного рода специалистов. Вполне логично, что чем больше ваш бюджет, тем больше вы тратите денег. Тем не менее мне очень сложно говорить о каких-то конкретных цифрах или пропорциональном коэффициенте. Кроме того, я не слышал ни о каких исследованиях, которые могли бы подтвердить слова Конарда о том, что один доллар заработка богатого человека равняется двадцати долларам заработка для общества. Дело в том, что сверхбогатые граждане явно не тратят все свои заработки на различные предметы потребления. В то же время они, безусловно, инвестируют и размещают эти деньги, то есть непрямым образом вновь вливают их в экономику. В результате формируется экосистема потребления, а также экосистема накоплений и финансирования.

– **Зависит ли этот результат от типа доходов?**

– Нет сомнений, что связь богатых с их окружением сильнее всего проявляется у предпринимателей. Они не унаследовали богатства, как королевские семьи, а создают их, что формирует вокруг них куда более сильную экономическую динамику. Как бы то ни было, наследников нельзя рассматривать как обладателей неподвижных богатств, потому что, если их обложить 100%-ным налогом, они уедут, и это не добавит богатств тем, у кого их нет.

– **По мнению Конарда, чем сильнее разрыв между богатыми и бедными, тем это выгоднее для экономики. Что вы об этом думаете?**

– Здесь есть два момента. С одной стороны, из понятия общественной солидарности следу-

ет, что слишком большая разница в доходах деморализует все общество и тем самым наносит ущерб экономике. С другой стороны, увеличение разрыва между богатыми и бедными не обязательно связано с растущим социальным неравенством и может попросту объясняться произошедшими изменениями на современных рынках. Рассмотрим пример двух великих теноров, Паваротти и Карузо. Первому удалось заработать огромное состояние благодаря записи музыки на CD и возможности предложить свое искусство всему миру. Однако во времена Карузо нужно было провести целую неделю на борту корабля, чтобы добраться до Нью-Йорка. Таким образом, он по объективным причинам не мог накопить столько богатств, сколько его коллега, которому удалось заработать в 50–60 раз больше денег всего лишь несколько десятилетий спустя. И раз, как я уже говорил, богатые дают в своем окружении работу для людей со средними или низкими заработками, нет сомнений в том, что чем они богаче, тем выгоднее это для экономики.

– **Может ли неравенство в зарплате послужить мотивацией в профессиональной и предпринимательской деятельности?**

– Совершенно очевидно, что, если в какой-нибудь компании все будут получать одинаковый оклад, это, вероятно, полностью лишит сотрудников мотивации. Точно так же, хотя к открытию собственного бизнеса побуждает не только желание заработать, деньги все равно остаются важным фактором для предпринимателей, которые принимают решение о создании собственной компании. Тем более, если им приходится вкалывать по 80–90 часов в неделю, чтобы предприятие работало и приносило доход. Таким образом, неравенство в доходах, из которого проистекает стремление заработать больше денег, безусловно, представляет собой движущую силу экономического динамизма. Без экономического неравенства у нас будет вялое общество – как то, что было сформировано советским режимом. Дело в том, что уравниловка душит инициативу и динамизм. Как бы то ни было, несмотря на такую позитивную роль, это неравенство не должно пересекать ту черту, за которой начинается деморализация населения и экономики. Автор – Бертран Жакийя, специалист по финансовой экономике, корпоративным финансам, управлению предприятиями и финансовыми рынками.

Бедный человек мало влияет на окружающее пространство, тогда как богатый формирует вокруг себя настоящую финансовую экосистему. Без экономического неравенства общество будет вялым – как то, что было при советском режиме. Уравниловка душит инициативу и динамизм.

В каком «облаке» Google хранит всё?

«Атлантико», Франция

Читая эту статью, вы, безусловно, сидите в офисе перед компьютером, держите в руках планшет или смотрите на экран мобильного телефона. Вы просматриваете видео, отправляете электронную почту, выкладываете в сеть фотографии. Но где же хранятся все эти данные?

Раньше большая часть ваших файлов и личных данных находилась непосредственно в вашем компьютере, однако сейчас они хранятся в Сети. На все это накладывается астрономическое количество самой разной информации, которая появляется словно ниоткуда и циркулирует между разными компьютерами почти волшебным образом. Прошли времена путающихся под ногами проводов, а жесткие диски пылятся на полке. Google занимается всем.

Тем не менее этот процесс хранения вполне реален и материален. Гуляющие по Сети данные аккуратно «складируют» в специальных центрах, для работы которых требуется просто колоссальное количество энергии. Представьте себе, сколько электричества нужно для работы поисковика, который индексирует 20 млрд страниц в день, отвечает на 3,3 млрд ежедневных и 40 тыс. ежесекундных запросов... Кроме того, аккаунт в почте Gmail есть у 425 млн пользователей.

В конце 2012 г. в Google решили сыграть в открытость и распахнуть (виртуальные) двери своих (вполне реальных) дата-центров. На специально созданном для этого сайте любой желающий может отправиться в настоящую виртуальную прогулку с помощью прекрасных фотографий Конни Жу. Кроме того, в этом может помочь и сервис Google Street View.

К тому же эта инициатива стала для интернет-гиганта заметным пиар-ходом по привлечению внимания общественности к своей программе по сокращению выбросов CO₂. Дело в том, что дата-центры критикуют за наносимый атмосфере вред и огромные траты энергии. На странице, которая посвящена возобновляемым источникам энергии, есть такое заявление: «Заключая соглашения с производителями возобновляемых энергоресурсов, мы вкладываем деньги в будущее, в создание более чистой энергетики для всех». Во время осмотра инфраструктуры Google пользователь не может не заметить такую похвалу самим себе:

«В среднем на производство одного киловатта в США уходит девять литров воды. Используя меньше электричества для питания нашей инфраструктуры, мы также экономим пресную воду».

Но что же находится внутри?

Люди, много людей. Эти объекты работают в круглосуточном режиме, и на них трудятся множество сотрудников. В Google предлагают познакомиться с персоналом компании. Но зачем? Чтобы сделать атмосферу как можно человечнее.

Кабели, куча кабелей. Вот куда делись все те провода, что исчезли из ваших домов. Кабели и трубы превращают окружающее пространство в нечто вроде выставки поп-арта. Причем до такой степени, что у нас может даже не возникнуть мысли о сложности задействованных здесь технологий. Тем не менее главная задача Google – обустроить свои гигантские компьютеры так, чтобы они работали невероятно быстро и эффективно, а также занимали как можно меньше места.

По соображениям безопасности и обеспечения доступа к любым данным в любой момент для всех пользователей информация копируется по меньшей мере на двух серверах.

Что касается наиболее «чувствительных» данных, они хранятся на цифровых кассетах в специальной «библиотеке». Когда жесткий диск повреждается, все содержащиеся на нем данные стирают, а сам он уничтожается в специально разработанной для этого машине.

Все эти прекрасные картины скрывают суровую действительность: 1,5% всего электричества в мире уходит на работу дата-центров, в том числе и центров Google. Серверы выделяют огромное количество тепла, и для их функционирования требуются мощные системы воздушного и водяного охлаждения.

Как отметил физик Гарвардского университета Алекс Висснер-Гросс, каждый запрос в поисковике Google приводит к выбросу семи граммов углекислого газа. Таким образом, последствия двух запросов находятся на уровне работы электрочайника! Из результатов исследования выходит, что 100 млрд ежемесячных запросов приводят к выбросу 8400 т парниковых газов каждый год. ■

Прошли времена путающихся под ногами проводов, жесткие диски пылятся на полке, а информация волшебным образом перескакивает с одного компьютера на другой или появляется на мобильном телефоне. Как это происходит на самом деле?

Как Китай вышел в лидеры оружейного экспорта?

«Атлантико», Франция

Atlantico: Китай стал пятым по величине экспортером оружия в мире, оставив позади Великобританию, которая всегда была одним из ключевых игроков на этом рынке. Какое оружие продают китайцы? Какую технику? Действительно ли качество этого оружия соответствует западным аналогам?

Жан-Венсан Бриссе: Усиление позиций Китая как экспортера оружия является продолжением процесса, который с течением лет превратил его в фабрику для всего мира. Таким образом, вполне логично, что он стал крупным игроком на этом рынке, как и во многих других областях. Единственное отличие китайской оборонной промышленности от других секторов в том, что она полностью принадлежит государству, а не является результатом перемещения производственных мощностей иностранных компаний. На экспорт идет самое разное вооружение: от мелкокалиберного оружия до боевых самолетов, кораблей и ракет. Кроме того, Китай гораздо меньше других стран обращает внимание на то, какое оружие он продает, и в чьи руки оно попадает. Так, например, Пекин подозревают в поставках противопехотных мин (он является крупнейшим их производителем). Предлагает он клиентам и кассетные бомбы.

Китайское оружие обычно дешевле (причем, иногда намного дешевле), чем аналоги, которые предлагают западные страны и Россия. Оно также заметно проще по своей конструкции. Его надежность варьируется от случая к случаю и может быть очень высокой у самой простой техники. Тем не менее в Китае до сих пор не научились выпускать определенные типы вооружений. В таких случаях китайцы импортируют технику из-за границы (чаще всего из России), прибегают к иностранной помощи (в частности, украинской), а также пытаются выпустить подделки или же переоборудовать под военные нужды выпущенную на Западе гражданскую технику.

– Китай становится прямым конкурентом Запада на оружейном рынке или же пытается найти клиентов среди других стран? Какими оказались последствия для западной оборонной промышленности?

– Новость о том, что Китай стал пятым по величине экспортером оружия в мире, пришлось

на примечательный момент: 18 марта в ООН стартовала конференция по разработке международного соглашения о торговле оружием. Пекин вовсе не хочет, чтобы этот договор поставил перед ним какие-то ограничения.

Китайская оружейная промышленность практически полностью национализирована, хотя здесь и начала вырисовываться робкая открытость по отношению к частному сектору. Ее ядро составляют около десяти государственных конгломератов, в которых смешивается гражданское и военное производство: по данным на 2010 г., в них работали 3 млн человек при общем обороте в 180 млрд долл. Как бы то ни было, на военную продукцию приходится менее 20% от этой суммы.

Действия Китая в качестве производителя и экспортера военной техники подчиняются особой логике. Прежде всего, список его клиентов совершенно не тот, что у других крупных экспортеров. 55% всех продаж приходится на один только Пакистан. К числу других важнейших покупателей относятся Бирма, Иран, Алжир, Бангладеш и Венесуэла. Кроме того, Китай поставляет оружие во многие центрально-африканские страны, однако объемы этих продаж нередко преувеличивают. Еще одна особенность китайского вооружения в том, что оно зачастую представляет собой подделку российской или западной техники. Речь может идти также об использовании выпускаемого по лицензии оборудования, но с нарушением лицензионных соглашений и запрета на экспорт. В настоящий момент ни о какой серьезной конкуренции с западной продукцией речи не идет, так как существующая разница в цене слишком велика. В результате такие страны, как Пакистан, предпочитают закупать у Китая «базовое» оборудование, а у Запада – более сложную технику или же оборудовать китайскую технику более эффективными системами из Европы (радары, связь и т.д.). Гораздо более серьезная проблема – это получившая широкое распространение практика подделок, а также присвоения (прежде всего западных) технологий и ноу-хау. Китай стремится приобрести все доступные технологии двойного назначения, чтобы затем использовать их в военной сфере. Введенные Европой и США эмбарго обходятся, причем иногда без помощи западных производителей и пра-

Китай может похвастаться вторым по величине в мире оборонным бюджетом и к тому же сумел обойти Великобританию по объемам поставок оружия. Немалое достижение, если учесть, что британцы входят в пятерку крупнейших экспортёров еще с 1950 г.

Какой прок от летнего времени?

«Крисчен сайенс монитор», США



вительств, которые делают вид, что не замечают, что оборудование гражданского назначения используется в наступательной военной технике. Мало-помалу китайское оружие может занять видное место на рынках тех стран, которые не хотят продолжать гонку технологий и считают, что простой техники будет достаточно для обеспечения их обороны.

– Оборонный бюджет Китая уже сейчас вышел на второе место в мире после США, а его рост превышает 10%. Что говорит нам это новое положение Пекина среди крупнейших мировых поставщиков оружия о его геополитической и экономической стратегии?

– Одни мои тайваньские знакомые так описали военные амбиции Китая: «Китайцы хотят получить всё, что есть у американцев». Во время войны в Персидском заливе в Народно-освободительной армии Китая осознали, что имевшееся у нее оружие (его также использовала иракская армия) было полностью устаревшим, а военно-промышленный комплекс – отсталым и неэффективным. В конце 1990-х гг. Пекин поставил перед собой амбициозную цель – наверстать отставание. В то же время экспорт может служить продолжением политики Китая, когда его клиенты выступают против Индии, создают раскол в АСЕАН или поддерживают режимы, которые навлекли на себя критику Запада, но обладают сырьевыми ресурсами.

Китай стал второй по значимости мировой державой во многих областях. Пока он еще не определился с тем, хочет ли он выйти на тот же уровень в геостратегическом плане и обозначить свое присутствие по всей планете. Как бы то ни было, Пекин убежден, что его оборонные возможности должны соответствовать экономическим и позволить ему утвердить свое господство во всем регионе. Нужно сказать, что хотя эта зона и невелика в территориальном плане на суше, она простирается очень далеко в Тихий океан. Достижение этой цели невозможно без создания военно-морских и военно-воздушных сил, которые бы позволили Китаю эффективно противостоять американским флотилиям.

Автор – Жан-Венсан Бриссе, бригадный генерал, директор Института международных и стратегических исследований.

Ежегодный перевод стрелок часов, похоже, стал анахронизмом – большая часть энергии в современном обществе тратится не на освещение, а на кондиционеры и обогреватели.

В середине марта большинство жителей США перевели стрелки своих часов на час вперед. Теоретически это еле заметное перемещение помогает сэкономить энергию. На деле, похоже, никакой экономии нет. А в некоторых случаях из-за такого перевода стрелок потребление энергии даже увеличивается.

По аналитическим данным за 2010 г., в штате Индиана перевод стрелок вызвал увеличение потребления энергии на 1%. Как утверждают ученые Йельского университета и Калифорнийского университета в Санта-Барбаре, хотя и удалось сэкономить на освещении, зато больше энергии было потрачено на отопление и кондиционеры.

В холодные месяцы из-за перехода на летнее время людям приходится вставать задолго до того, как взойдет и начнет греть солнце, а в жаркое время возвращаться домой почти в самую жару. Это противоречит общепринятому мнению.

Поскольку сейчас в США на освещение тратится около 12% энергии, потребляемой для бытовых нужд, вполне возможно, что мудрое высказывание Франклина по-прежнему справедливо. Но появились и новые статьи энергетических затрат – энергоемкие кондиционеры и отопительные приборы – на них уходит почти половина бытовых энергозатрат.

Специалисты министерства энергетики проанализировали эффективность мер по энергосбережению.

И к какому же выводу они пришли?

Общая экономия электроэнергии за счет удлинения полезного светлого времени суток составила 1,3 тераватт-часов, или 0,03% от годового потребления электроэнергии. Эта мизерная экономия и стала причиной того, что 5253 человек направили в Белый дом петицию с требованием отменить перевод стрелок.

«Переход на летнее время суток в современном обществе уже является анахронизмом», – говорится в петиции.

Чтобы рассчитывать на официальный ответ Белого дома, необходимо собрать 100 тыс. подписей. В поддержку отмены перехода на летнее время податели петиции выдвигают дополнительные аргументы, среди которых связанные с этой проблемой со здоровьем и снижение производительности труда.

«Кроме того, все это просто раздражает», – заявляют активисты. ■

Единый евроатлантический рынок как средство для возрождения

«Фольо», Италия

Разрешение на свободное циркулирование товаров и услуг через Атлантический океан в настоящий момент является самой правильной стратегией в целях экономического возрождения. Европейский союз никак не может выйти из самого тяжелого, начиная с 30-х гг., кризиса. Реформаторский дух слабеет в различных странах-членах ЕС. Поэтому во дворцах из стекла и стали Брюсселя возникла идея договора о свободном обмене с США – наряду с десятком других более-менее расплывчатых намерений, высказанных на межправительственных встречах ЕС. Европейский комиссар по торговле Карел де Гюхт дал понять, что, конечно, договор о свободной торговле такого рода не приведет к немедленным результатам и не гарантирует автоматическое восстановление экономического равновесия внутри еврозоны, но он обеспечил бы «глоток кислорода» для Европы.

«Торговля важна для Европы, более того, она необходима, – говорит бельгиец Карел де Гюхт. – В 2011 и в 2012 гг. она поддержала экономику ЕС, обеспечив рост на 0,6%, что смягчило рецессию. В коммерческом балансе Европы импорт и экспорт примерно одинаковы по объему. Если суммировать доходы от экспорта промышленных товаров, сельскохозяйственных продуктов и услуг, то они в 2011 г. составили примерно 400 млрд евро. Это ровно столько, сколько нужно для импорта газа, нефти и другого сырья, которые мы вынуждены закупать».

В феврале этого года неафишировавшаяся работа Карела де Гюхта и его американского коллеги Рона Кирка привела к совместному заявлению президента США Барака Обамы, председателя Европейской комиссии Жозе Мануэла Баррозу и председателя Европейского совета Хермана Ван Ромпея об официальном начале переговоров между Брюсселем и Вашингтоном о трансатлантическом партнерстве в области коммерции и инвестиций. Карел де Гюхт упомянул о независимом исследовании, проведенном по заказу исполнительной власти ЕС, согласно которому, если договор вступит в силу, то это приведет к поступлению в казну Евросоюза 119 млрд евро в год, а США смогут заработать примерно

95 млрд. Это привело бы к добавочному экономическому росту на 0,5% в год.

Классическая отмена пошлин между двумя зрелыми и связанными экономикой на двух берегах Атлантического океана не будет ключевым моментом соглашения. Прежде всего речь пойдет об открытии рынка инвестиций, услуг и государственных заказов. Например, напомним, что в документах Европейской комиссии записано, что европейские предприятия, чья деятельность зависит от государственных заказов, производят 25% ВВП. Они обеспечивают 31 млн рабочих мест. Если рынок американских государственных заказов действительно станет открытым, то появилось бы много новых возможностей. Кроме того, помимо пошлин нужно ликвидировать различия в регламентирующих правилах, включая нормы по охране окружающей среды и по вопросам безопасности.

Карел де Гюхт счел нужным уточнить, что законодательство, касающееся запрета на производство генетически модифицированных продуктов и применения гормонов для выращивания скота, не будет изменено, однако дал понять, что кое-какие уступки могут быть сделаны. Его сотрудники всегда приводят в пример автомобильный сектор. Он окажется среди тех секторов, которые получают от соглашения наибольшие преимущества. Имеет ли смысл снова тестировать в Америке автомобили, сконструированные и подвергнутые испытаниям в соответствии с нормами безопасности в Европе? Нужно ли вводить пошлины на моторы, сконструированные в США и экспортированные в Европу для сборки? Спросите об этом у Серджио Маркионе, генерального директора трансатлантической группы Fiat-Chrysler. Он вам ответит, что договор о свободном обмене был бы манной небесной. То же самое скажут и немецкие автомобильные компании, некоторые из них давно имеют фабрики в США, как, например, Volkswagen и BMW.

«Преимущества, которые получают США и Европа, не будут достигнуты за счет других глобальных партнеров». Вспомним о Китае.

Совсем другой, политически острый, разговор идет по поводу распределения преиму-

Заключение договора о свободном циркулировании товаров и услуг между США и Европейским союзом было бы в настоящее время самой правильной стратегией в целях экономического возрождения Европы.



ществ и убытков внутри ЕС. «Спротивление заключению договора возникло в результате различного положения государств. Некоторые, как Германия, находятся в выгодном положении, другие – в невыгодном, – продолжает Карел де Гюхт. – Выгоды будут распределяться более-менее равномерно, а невыгоды сконцентрируются в некоторых секторах, привязанных к определенным территориям. Несмотря на все сказанное, договор о свободном обмене более других, ему подобных, обеспечивает выгоды, которые можно будет распределить равномерно. Действительно, рынок США гарантирует максимальное соблюдение закона, поэтому он открыт для всех конкурентов». Следовательно, от стран-членов ЕС будет зависеть, смогут ли они не упустить случай для экспансии. Де Гюхт приводит в пример такие страны, как Португалия и Испания. Де Гюхт, не скрывающий того, что он сторонник жестких мер экономии и реформ в средиземноморских странах, признает, что уменьшение стоимости труда в перспективе не решает проблемы. Скорее, надо инвестировать в подготовку квалифицированных кадров, исследования и развитие, чтобы научиться производить высококачественные товары.

Однако, эту цель не все страны могут достичь с одинаковыми затратами. Не приведет ли этот договор к тому, что преимущества опять получают большие страны-экспортеры (Германия, в первую очередь), которые во многих случаях с начала кризиса смогли увеличить свое торговое сальдо? Де Гюхт отвечает дипломатически: «В моей компетенции находится внешняя торговля. Правда заключается в том, что работа других комиссий, например той, что занимается внутренними рынками, идет медленно, а они должны подталкивать государства к вступлению на путь либерализации услуг и профессий. Мы должны больше делать в этом направлении». В противном случае – добавим мы уже от себя – даже договор о свободном обмене с США не приведет к более сбалансированному процессу оздоровления государственных долгов и увеличению конкурентоспособности, к чему Европа стремится уже много месяцев. ■



Французы скупают дома в Израиле

«Радио Франс интернасьональ, Русская служба», Франция

Законопроект о высоком, в 75%, налоге на доходы частных лиц, превышающие 1 млн евро в год, который в итоге не был принят во Франции, привел к разнообразным последствиям не только во Франции, но и во всем мире. Наиболее ярким, конечно, результатом выдвижения этого законопроекта было принятие французским актером Жераром Депардьё российского гражданства и получение им прописки в Мордовии. Но в Израиле тоже стали заметны попытки уstraшенных высоким налогом французов позаботиться о сохранности своего состояния.

Как отметило израильское экономическое издание «Глобс», французы, как евреи по происхождению, так и нет, значительно увеличили свои инвестиции в Израиль с того момента, как на горизонте возник вышеуказанный законопроект. Как отмечают израильские бизнесмены, французы предпочитают пассивные, а не активные инвестиции, то есть в основном закупают недвижимость или очень стабильные предприятия, связанные с туризмом, старательно избегая более рискованных, хотя и более выгодных в случае успеха, инвестиций в израильские многочисленные стартапы.

Город, который в Израиле традиционно считается «французским», из-за преобладания в нем репатриантов из Франции, – это приморский курорт Нетания, расположенный севернее Тель-Авива. Как отметил депутат муниципалитета Борис Цирульник в своем интервью RFI, в Нетании уверенно преобладают репатрианты: «Старая добрая шутка про город Нетания: никто не знает, какой язык здесь первый – русский или французский, но иврит – точно третий. Если мы посмотрим на Площадь независимости, то это такое знаковое место в городе. Раньше оно было забито всеми подряд, а сегодня основная масса людей, которые сидят там в кафе и ресторанах, – это французы». При этом, как отмечает Борис Цирульник, количественно выходцы из России безоговорочно преобладают в Нетании. Но если рассматривать покупательную способность репатриантов, то картина складывается совершенно иная: «Безусловно, русские держат пальму первенства, их здесь 60%. Французов – всего 10%. Но с точки зрения покупки квартиры, покупательная способность выходцев из Франции, как евреев, так и нет, в среднем значительно выше». ■

Каждый раз, когда во Франции сменяется власть, в Израиле увеличивается количество французов, как репатриантов, так и инвесторов. Последнюю волну инвестиций вызвал так и не принятый во Франции закон о высоких налогах с доходов физических лиц.



Шоколадные яйца с сюрпризом разрешили в США!

«Эй-Би-Си ньюз», США

Любимые детьми
всего мира
шоколадные яйца
Kinder Surprise
запрещены в
США с 1938 г.
Бизнесмен из
Нью-Джерси,
который так
их любит,
решил создать
кондитерский
продукт,
максимально
напоминающий
эти яйца, но
соответствующий
требованиям
безопасности
США.

Яйца Kinder Surprise – шоколадное лакомство с игрушкой (сюрпризом) внутри – сильно повлияли на жизнь людей. Только представьте себе даму из Виннипега, которая заплатила почти 300 долл. штрафа, пытаясь пересечь границу между Канадой и США с таким яйцом («Киндеры» в США запрещены, но об этом позже). Или представьте себе выдумщика, который с помощью такого яйца сделал предложение своей девушке.

Или вот еще – бизнесмен из Нью-Джерси, который так любит эти самые шоколадные яйца, что решил сделать всё, чтобы и будущие поколения американских детей могли полюбить их так же, как он.

Речь идет о Кевине Гассе, соучредителе кондитерской компании Candy Treasure LLC в городке Лебанон, шт. Нью-Джерси. Недавно Гасс развернул производство похожих на Kinder шоколадных яиц Choco Treasure (Шоколадный клад) с игрушкой внутри. Как сообщает новостной портал Foodbeast, это большое достижение, поскольку такого рода продукция запрещена в стране с 1938 г., когда Федеральное управление США по контролю качества продуктов питания, напитков и лекарственных препаратов (FDA) издало закон, запрещающий вкладывать в кондитерские изделия непищевые вещества (например, игрушки). (Кстати, это не остановило людей от попыток провозить яйца контрабандой. По сообщению канадской National Post, ежегодно на границе США изымаются более 60 тыс. яиц Kinder. А штраф за одно яйцо достигает 2,5 тыс. долл.). Кроме того, яйца Kinder Surprise, которые производит итальян-

ская компания Ferrero, небезопасны для детей младше 3 лет. Они явно не соответствуют требованиям, разработанным специальной комиссией, контролирующей безопасность потребительских товаров (U.S. Consumer Product Safety Commission). Согласно этим требованиям, конфеты с помещенными внутрь игрушками должны быть безопасными для детей любого возраста.

Однако Гасса это не испугало. Закон просто заставил его подумать, каким образом можно легализовать контрабанду. «Это самое большое лакомство для детей в мире, и, как нам кажется, оно еще и очень вкусное. Оно доставляет радость, и мы потратили немало времени на то, чтобы сделать яйцо более безопасным, но при этом таким же забавным, как оригинальный продукт», – сказал Гасс в интервью ABC News. Он уточнил, что работал совместно с представителями FDA и сертифицированной лаборатории при Комиссии США по безопасности потребительских товаров в целях обеспечения безопасности продукта для детей всех возрастов. А именно: внутри каждого яйца имеется капсула, разделяющая его пополам. У каждой капсулы имеются бортики, которые выступают между половинками шоколада, поэтому даже маленькому ребенку будет понятно, что внутри что-то есть.

Пока шоколадные яйца Choco Treasure стоимостью от 1 до 1,49 долл. можно купить на сайте производителя в магазинах Target и SuperValu, а также в кондитерской Economy Candy на Нижнем Манхэттене.

«Это мой любимый кондитерский магазин, поэтому я очень рад», – признается Гасс. ■

МВЦ «Крокус Экспо», 2013 г.

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»

18–19 мая, пав. 1, залы 3, 4
Выставка-продажа щенков и котят разных пород «БЭСТИКИ-ШОУ»
Организатор: Клуб объединённых питомников «БЭСТИКИ»

20–23 мая, пав. 3, зал 17
Международная специализированная выставка обуви, сумок и аксессуаров «МОСШУЗ–2013»
Организатор: «МосШуз»

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 / MIFS / ROOMS MOSCOW–2013
Организаторы: «Медиа Глоб», МВЦ «Крокус Экспо»

23–25 мая, пав. 2, зал 6
Международная выставка PET VET RUSSIA EXPO
Организатор: «Асти Групп»

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»

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 ROSUPACK
Организатор: МВК

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



ЯХТ-КЛУБ, РЕСТОРАН SHORE HOUSE В КРОКУС СИТИ

Развлечения летом:

- уютная терраса;
- открытый пирс с зонтиками;
- бассейны с раздевалками и летним баром;
- любительское мини-футбольное поле;
- прокат яхт и катеров;
- пляжные вечеринки и многое другое.

В меню ресторана представлена смешанная кухня: азербайджанская (тандыр, кебаб-меню, плов, свежая рыба), европейская и японская (суши, ролы). Также имеется обширное кальянное меню. Детская комната по выходным с клоунами.

По выходным дням представлено детское меню, работает детская комната с аниматорами.

Ресторан Shore House, тел.: +7 (495) 727-26-78.

Адрес: Крокус Сити, пересечение 66 км МКАД и Волоколамского шоссе.



Календарь выставок

АВГУСТ

19–23 августа, пав. 3, зал 14
РОССИЙСКАЯ ОБУВНАЯ НЕДЕЛЯ
Организатор: «ЭКСПОШУЗ-Н»

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

3–6 сентября, пав. 2, зал 11
Международная выставка нижнего белья, пляжной моды и чулочных изделий LINGERIE-EXPO. ОСЕНЬ-2013
Организатор: MBK

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 6, 12, 13, 14, 15
12-я международная специализированная выставка «КОММЕРЧЕСКИЙ АВТОТРАНСПОРТ-2013»
Организатор: «Медиа Глоб» – «Ганновер Экспо»

10–12 сентября, пав. 2, зал 9
19-я международная специализированная выставка канцелярских и офисных товаров «СКРЕПКА ЭКСПО. ОСЕНЬ»
Организатор: «Скрепка Экспо Проект»

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 MIBEXPO RUSSIA
8-я международная выставка эксклюзивного туризма LUXURY LEISURE
Организатор: «Евроэкспо»

19–22 сентября, пав. 3, зал 12
15-я международная выставка «ОХОТА. РЫБАЛКА. ОТДЫХ. ОСЕНЬ»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

23–25 сентября, пав. 3, зал 15
12-я международная специализированная выставка «ОЧКОВАЯ ОПТИКА»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

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

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

1–2 октября, пав. 3, зал 20
14-я международная выставка и конференция по вопросам управления персоналом HR&TRAININGS EXPO
Организатор: «Амплуа»

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

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

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

5–6 октября, пав. 3, зал 17
15-й международный фестиваль кошек «ЭКСПОКОТ»
Организатор: «Валта Пет Продактс»

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»
Специализированные экспозиции в рамках выставки:
«ПРОМЫШЛЕННЫЕ ЛАЗЕРЫ»
«СВАРОЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»
«ИНСТРУМЕНТ»
Организатор: «Райт Солюшн»

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 Premium»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

19–20 октября, пав. 3, залы 14, 15
Интернациональная выставка собак «РОССИЯ-2013»
Организатор: Российская Кинологическая Федерация

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. 3, зал 15
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

В программе выставок возможны изменения и дополнения.

Более 10 000 решений для дома и сада

САДОВАЯ МЕБЕЛЬ | ТЕХНИКА | УЛИЧНЫЙ СВЕТ | БАСЕЙНЫ

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

**ТВОЙ
ДОМ**

всё лучшее в нём

24 и 66
КМ МКАД



ТАРЬЯ ТУРУНЕН И МАЙК ТЕРРАНА
15 мая ср. 20:00
билеты 2 200 — 6 000 р. 16+



ДЕНИС ЛЕБЕДЕВ И ГИЛЬЕРМО ДЖОНС
БОКС. «БОЙ ЗА ЗВАНИЕ ЧЕМПИОНА»
17 мая пт. 20:00
билеты 1 000 — 50 000 р. 12+



JOSH GROBAN
19 мая вс. 19:00
билеты 1 500 — 9 000 р. 12+



THE AUSTRALIAN PINK FLOYD SHOW.
ТРИБЬЮТ-ШОУ
23 мая чт., 27 мая пн. 20:00
билеты 1 500 — 15 000 р. 6+



EROS RAMAZZOTTI
24 мая пт. 20:00
билеты 2 000 — 14 000 р. 12+



TRAVIS
4 июня вт. 20:00
билеты 2 500 — 8 000 р. 12+



PET SHOP BOYS
5 июня ср. 20:00
билеты 3 000 — 9 000 р. 12+



LANA DEL REY
8 июня сб. 19:00
билеты 2 000 — 40 000 р. 12+