

№6 (66) 2013

Бизнес и Выставки

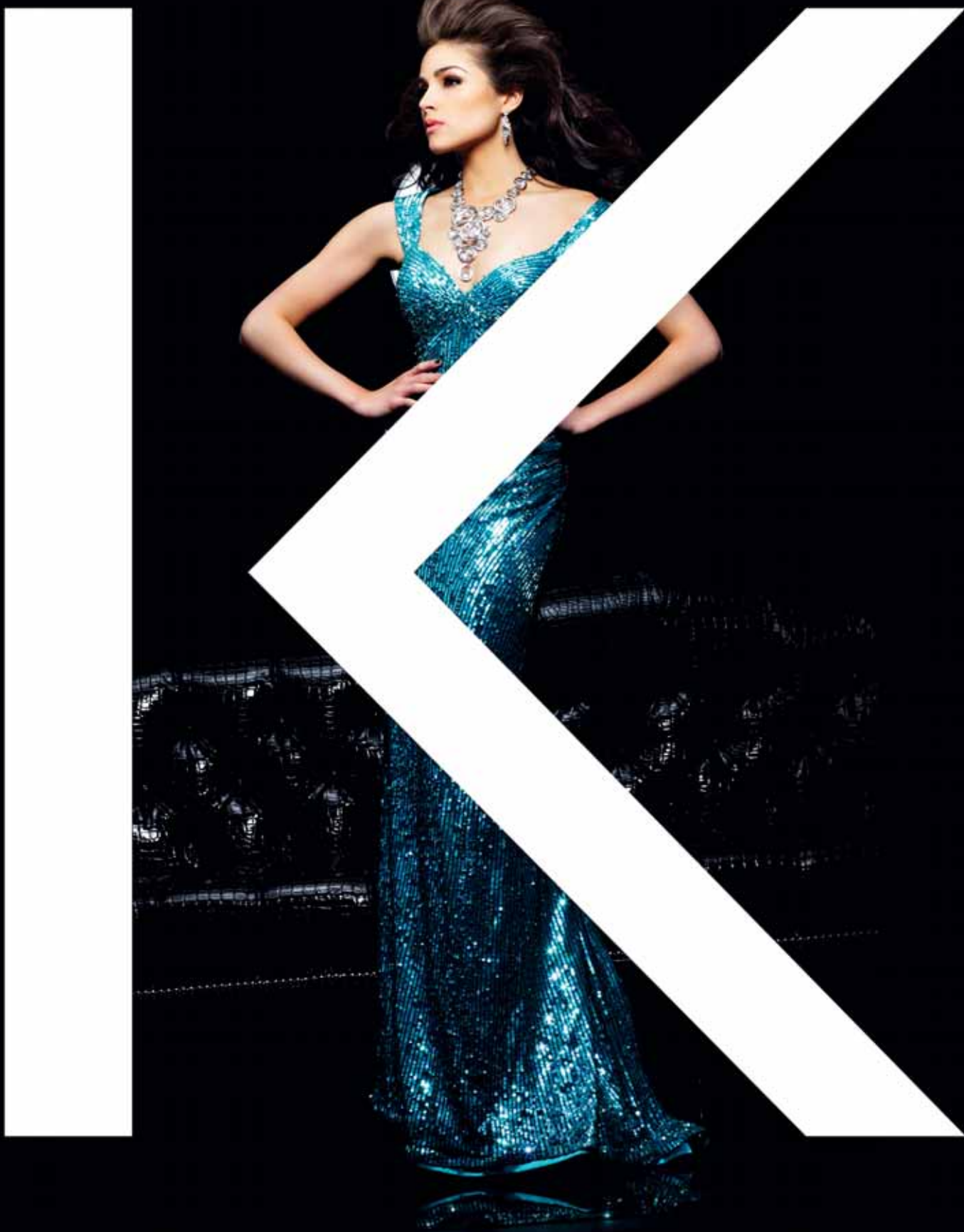


В НОМЕРЕ:

Наше будущее создаем сегодня

Санта к нам приходит...

Неделя китайского искусства



КРОКУС СИТИ МОЛЛ

ШОПИНГ КАК ИСКУССТВО

crocuscitymall.ru



Модаполис
аутлет

БРЕНДОВАЯ ОДЕЖДА СКИДКИ ДО 80%

DOLCE & GABBANA

D&G
DOLCE & GABBANA

ALEXANDER
MCQUEEN

roberto cavalli

LIU·JO

CoSTUME NATIONAL

LOVE
MOSCHINO

AIGNER

EMPORIO ARMANI

MCS
MARLBORO CLASSICS

VERSACE

PINKO

VALENTINO

DIMENSIONE
danza

ungaro

DSQUARED²

Galliano

AJ | ARMANI
JEANS

COMBINE SOON

CORNELIANI
Corneliani

Gianfranco FERRE

CANALI

ICEBERG

Cruciani

JIMMY CHOO

Rock Owens

SEE BY CHLOÉ

NEIL BARRETT

MARELLA

JOOP!



Крокус Экспо
Экспо 3, подъезд 13, зал 12

+7 495 9792380
+7 915 2467604

www.modapolis.com

Ежедневно с 10.00 до 21.00

В определенные дни Аутлет работает с 10.00 до 20.00
Заранее уточняйте режим работы



Нерезидентам доступен
TaxFree в размере 13%



Бизнес и Выставки

№ 6 (66) 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

Наше будущее создаем сегодня	6
Не останавливаться на достигнутом	10
Мы гордимся своими выставками	14
Будущее за новыми рынками.	16
Забудь о стандартных формах рекламы	20
Высокие технологии обязывают.	24
Строить быстро и качественно.	26
Теперь не пропадем	28
Выставился – получи!	32

ВЫСТАВКИ И РЫНКИ

Выставки, конгрессы, форумы	36
«Крокус Экспо»: день за днем	40
Одно сплошное телевидение.	42
Красивым быть не запретишь	44
Котопёс и другие	48

ИСТОРИЯ УСПЕХА

Санта к нам приходит	52
--------------------------------	----



ВЫСТАВОЧНЫЕ И КОНГРЕССНЫЕ ЦЕНТРЫ

Бари: между Востоком и Западом56

ВСЁ НА ПРОДАЖУ

Золотая неделя59

Новости аукционов60

ИЗ ПРОШЛОГО

Атланта расправляет плечи62

ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ

Инвестиционная засада66

ДАЙДЖЕСТ

Опыт проведения АТЭС в России и на Бали70

Америка не может вечно жить столь безрассудно . .72

Опасное соседство.78

КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК

«Мессе Франкфурт»19

«Евроэкспо»21

Парфюмерия и косметика46

«Крокус Экспо»79



FORUMS

ОТ РЕДАКЦИИ

В заканчивающемся 2013 г. выставочное сообщество настроено на оптимистический лад. Большинство участников рынка и в России, и за рубежом оценивают итоги года позитивно.

Эти оптимистические оценки даются, несмотря на весьма вялое в целом экономическое развитие в большинстве стран мира. Но такова особенность выставочной сферы, ситуация в которой не всегда совпадает с общеэкономическими тенденциями. Вот и в России, несмотря на замедление экономического роста, выставочные операторы характеризуют результаты работы как успешные, о чем говорится в публикуемых в этом номере журнала интервью.

Прогнозы на 2014 г. не обещают заметного ускорения развития экономики. Однако несмотря на это, эксперты ожидают продолжения роста в выставочном секторе как за рубежом, так и в России. В этом совпадении тенденций проявляется взаимосвязь российского рынка с международным, а выставочный сектор, в частности, дает яркую иллюстрацию существенной вовлеченности российской экономики в международный рынок, особенно в достаточно зрелый и хорошо сформировавшийся европейский. В целом это создает неплохие предпосылки для успешной работы в следующем году.

Редакция журнала «Бизнес и Выставки» желает всем своим читателям и партнерам удачи в будущем году, успехов в разработке новых проектов, увеличения площадей проводимых мероприятий и роста числа участников.





В конце октября в Крокус Сити начали работать два новых информационных светодиодных экрана, размещенных на фасадной, обращенной ко МКАД, стене первого павильона «Крокус Экспо». Экраны необычны своими размерами, каждый из которых составляет по ширине 24 м, а по высоте – более 9 м. Они будут работать в круглосуточном режиме, передавая информацию о мероприятиях, проходящих в Крокус Сити, а также различного рода сообщения о других событиях в области и в столице.



27 октября 2013 г. в Крокус Сити Молле прошел Fashion Day, в ходе которого были организованы шопинг-консультации лучших стилистов столицы Оксаны Он, Маги Умхаевой и Галы Борзовой, а также презентация известного make-up профессионала Елены Крыгиной. Одним из впечатляющих мероприятий Fashion Day стал мастер-класс по росписи матрешек с участием звезд театра и кино, а также конкурсантик «Мисс Вселенная–2013». Все средства, полученные от продажи расписанных матрешек на последовавшем благотворительном аукционе, были переданы в фонд «Подари жизнь».



Заместитель генерального директора ЗАО «КРОКУС» и директор Крокус-конгресс-центра Леонид Лозбенко принял участие в качестве представителя компании в юбилейном собрании, посвященном 50-летию Международной ассоциации конференций и конгрессов ICCA, которое прошло 2–6 ноября в Шанхае. 14–15 октября Леонид Лозбенко представлял ЗАО «КРОКУС» на заседании Консультационной группы частного сектора при Всемирной таможенной организации в Брюсселе.



На универсальной спортивной арене «Аквариум» в МВЦ «Крокус Экспо» с 19 по 27 октября 2013 г. состоялся 19-й открытый чемпионат России по танцевальному спорту «Дэнс Аккорд–2013». Чемпионат был открыт всероссийскими соревнованиями среди студентов. В основных соревнованиях приняли участие спортсмены из более чем 40 стран мира, их общее число в этом году превысило 15 тыс. человек.

В Крокус-конгресс-центре в декабре пройдут два крупных медицинских форума. 5 и 6 декабря здесь состоится 13-й конгресс «Сердечная недостаточность», который проводится Обществом кардиологов России. В него входят более 4500 врачей, которые одновременно являются членами Европейского общества кардиологов.

С 11 по 13 декабря будет работать 3-й Национальный конгресс «Пластическая хирургия», в рамках которого пройдут 4-й съезд Общероссийской общественной организации «Общество пластических, реконструктивных и эстетических хирургов» и 1-й съезд Общества реконструктивных микрохирургов России.

НАШЕ БУДУЩЕЕ СОЗДАЕМ СЕГОДНЯ

Строительство, выставочный и ресторанный бизнес, банковское дело, проекты в области культуры – сфера деятельности ЗАО «Крокус Интернэшнл» поистине безгранична. Президент «Крокуса» Арас АГАЛАРОВ рассказал журналу «БиВ» о работе компании и ее планах на будущее.



Чем примечателен для вас 2013 год?

– Наша компания вот уже более 15 лет энергично занимается строительством и развитием крупных торгово-развлекательных комплексов. Мы постоянно формируем новые планы и проекты. Несколько лет назад нам пришлось временно прервать эту работу, поскольку мы получили важное правительственное задание – построить в довольно короткие сроки комплекс зданий для университета на острове Русский. Этот самый сложный проект поглотил все наши силы на три года. Нам пришлось приостановить все текущие проекты. И вот в конце прошлого года мы возобновили в полном масштабе прерванную работу, которая сейчас вошла в самую активную фазу. Для меня это возвращение к намеченным ранее планам стало важнейшим итогом нынешнего года. В самой общей форме мы объявляли об этих проектах, которые фигурировали как перспективные еще несколько лет назад, но сейчас они вышли на этап реализации, и мы занимаемся ими в соответствии с их важностью.

Самый близкий к завершению объект – это торгово-развлекательный центр Vegas-2 в Крокус Сити. Мы предполагаем запустить его частично уже в этом году. В целом площадь комплекса будет составлять более 300 тыс. кв. м. Сейчас идут отделочные работы и установка различного оборудования. В 5-этажном здании центра спроектированы атриумы с пассажами, в которых в дневное время будет использоваться естественное освещение. Как и Vegas на Каширском шоссе, он будет сочетать торговые услуги с развлекательными аттракционами, но их набор будет существенно шире. Так, в Vegas-2 будет оборудован современный кинотеатр на 16 залов. В цокольном помещении разместится автомобильная стоянка на 1200 машино-мест.

В «Крокус Экспо» проводится порядка двух третей всех московских выставок, а по площади они составляют три четверти выставочных мероприятий, проходящих в столице.

Но что по-настоящему выделит Vegas-2 из числа других торгово-развлекательных центров и, несомненно, станет наиболее притягательным развлечением для детей и взрослых – это, конечно, океанариум. Он расположится в отдельном крыле здания, непосредственно примыкающем к развлекательному центру, и будет соединен с основным корпусом подземным переходом. Планируем открыть его к 2015 г.

Два других активно возводимых объекта, которыми мы очень энергично занимаемся в настоящее время, – это торговые центры «Твой дом», строящиеся на Новорижском шоссе и на пересечении МКАД и Осташковского шоссе. Площадь каждого из них составит, согласно проекту, 110 тыс. кв. м. Предусмотрены автомобильные стоянки для посетителей, складские помещения для приемки и хранения товаров, кафе, рестораны и места отдыха.



Возвращение к намеченным ранее планам стало важнейшим итогом нынешнего года.

В этом году мы продолжили строительство многоэтажной автомобильной стоянки, которая располагается в Крокус Сити над вестибюлем станции метро «Мякинино». Согласно первоначальному проекту, она должна иметь 10 этажей. Пока возведено только 6. Учитывая расположение стоянки прямо над станцией метро, планируется использовать ее в качестве перехватывающей, что, предполагаем, отвечает интересам как жителей близлежащих районов, так и планам администрации Москвы и области.

Еще два проекта, к которым мы вернулись в этом году, – это возведение многофункционального высотного офисного комплекса и гостиницы, расположенных в непосредственной близости от станции метро «Мякинино». В настоящее время активно ведется их проектирование, а также подготовка площадки для начала строительства. Офисный комплекс будет представлять собой 50-этажную башню общей площадью 148 тыс. кв. м. Гостиница также будет высотной – 51 этаж, рассчитанной на 1 тыс. номеров. Управлять ею будет компания InterContinental Hotels Group, владеющая сетью отелей Holiday Inn. Только в строительстве офисного комплекса «Крокус» планирует вложить порядка 450 млн долл. Около трети инвестиций составят собственные средства компании, остальное – заемные средства.

Немаловажную часть бизнеса ЗАО «Крокус Интернэшнл» составляет выставочная деятельность. Как она складывалась в 2013 году?

– Наша компания занимается выставками почти 25 лет. За эти годы мы прошли разные этапы. В середине 90-х годов был период расцвета выставочного бизнеса, компания была одним из лидеров в этом секторе в России. В конце 90-х выставочный бизнес пережил острейший экономический кризис. В начале 2000-х наша деятельность вышла на новый этап: мы построили самый большой в России современный выставочный комплекс и выступили на рынке уже не только в качестве организатора мероприятий, но и владельца экспозиционных площадей. Размеры комплекса стали рекордом для страны – общая площадь всех зданий «Крокус Экспо» составляет около 550 тыс. кв. м, а открытых площадок – более 90 тыс. кв. м.

Чтобы представлять значимость этого, скажу, что ввод в действие павильонов «Крокус Экспо» сразу наполовину увеличил все экспозиционные площади в стране. Но это арифметически, а по существу надо сказать, что трудно сравнивать те площади, которые были построены в советское время 25–30 лет тому назад, с тем, что представляют собой



Главная тема



ЗАО «Крокус Интернэшнл» является одной из крупнейших девелоперских компаний России. Она создала и продолжает расширять сеть масштабных торговых комплексов, построила крупнейший в России выставочный центр, недавно завершила проект строительства Дальневосточного федерального университета на о. Русский. Уникален созданный «Крокусом» поселок резиденций под Москвой Agalarov Estate, имеющий поля для гольфа международного класса. В состав группы «Крокус» входит собственный банк. Популярностью у отечественных и иностранных исполнителей, а также у зрителей пользуется построенный компанией самый большой в России концертный зал «Крокус Сити Холл». Оригинальностью отличается принадлежащая компании сеть ресторанов в Москве.

павильоны «Крокус Экспо», соответствующие всем международным стандартам и по планировке, и по техническому оснащению, и по архитектуре. Наш выставочный центр поднял Россию в мировом рейтинге UFI на несколько позиций вверх. В «Крокус Экспо» теперь проводится более двух третей выставочных мероприятий Москвы.

В настоящее время «Крокус Экспо» стал признанной и популярной площадкой для российских и иностранных компаний. Сейчас уже не столько мы приглашаем организаторов выставок, сколько сами организаторы стремятся забронировать в нашем центре удобное и выгодное время для своих мероприятий.

В соответствии с размерами выставочного центра впечатляющие показатели имеет и статистика выставок. В 2013 г. в «Крокус Экспо» будет проведено порядка 350 выставочных мероприятий, конференций и других проектов. Их суммарная площадь, по предварительной оценке, превысит 2,4 млн кв. м. Мы удовлетворены такими показателями.

Наш выставочный центр продолжает развиваться. Чтобы соответствовать высоким требованиям, предъявляемым организаторами и участниками выставок, мы постоянно работаем над улучшением выставочных помещений комплекса. Совершенствуется их планировка, улучшается освещенность залов, устанавливается новое оборудование, повышаются доступные энергетические мощности, увеличивается зона бесплатного Wi-Fi. Это способствует расширению возможностей выставочного центра.



В настоящее время
общая площадь зданий
выставочного центра
«Крокус Экспо» составляет
около 550 тыс. кв. м, а
открытых площадок –
порядка 90 тыс. кв. м.



■ Не можем не задать традиционный вопрос: каковы ваши планы на будущее?

– Я бы сказал, что будущее – это наше настоящее. Дело в том, что активное строительство новых торговых и офисных центров, которое мы ведем, требует постоянного совершенствования инфраструктуры. Поэтому мы занимаемся обустройством новых дорог вокруг Крокус Сити и других новостроек, строительством мостов, соединяющих наш торгово-выставочный комплекс с близлежащими районами и соседними скоростными трассами. Расширение деятельности и дальнейшее развитие требуют прокладки дополнительных силовых кабелей и линий связи.

Еще один проект направлен на создание для гостей Крокус Сити удобных подходов ко всем зданиям. Так, в соответствии с начальным планом выставочных павильонов они были соединены прямыми пешеходными переходами на втором уровне со станцией метро «Мякинино». Теперь мы планируем построить такой же переход на втором уровне из метро в новый торгово-развлекательный центр Vegas-2.

Развитие инфраструктуры крупных деловых центров – это обычное, естественное дело во всех странах. Причем в этом развитии активное участие принимают местные власти, поскольку, например, выставочные центры приносят немалый дополнительный доход в бюджет и способствуют развитию сопряженных производств и разного рода услуг. Так происходит во всех городах, имеющих большие выставочные центры, в частности в Берлине, Дюссельдорфе, Милане, Париже, Франкфурте, Чикаго, где местные власти вкладываются в строительство и реконструкцию дорог, прокладку метро, создание больших гостиничных комплексов рядом с выставочными центрами.

Один из новых инфраструктурных проектов, которым мы будем заниматься в ближайшее время, – это строительство пешеходного моста через Москву-реку между жилым микрорайоном в Павшинской пойме г. Красногорска и Крокус Сити. Дело в том, что жители микрорайона давно просят построить такой мост, который создаст быстрый и удобный доступ к станции метро «Мякинино». В этой связи и по просьбе администрации г. Красногорска наша компания взялась за работу по проектированию и строительству моста, который планируется ввести в строй к концу 2014 г. Для этого проекта предусмотрена специальная схема финансирования, в котором участвуют заинтересованные в нем компании. По моему мнению, этот мост станет, в дополнение ко всему, архитектурным украшением микрорайона.

Вот в таком сочетании настоящего и будущего работает наша компания.

Беседовал Борис ПАВЛОВ

Океанариум по-настоящему выделит Vegas-2 из числа других торгово-развлекательных центров и, несомненно, станет наиболее притягательным развлечением для детей и взрослых.



НЕ ОСТАНАВЛИВАТЬСЯ

Компания «Медиа Глоб» занимается организацией выставок и изданием журналов уже 14 лет. В последние годы компания существенно расширила тематику своих экспозиций. О том, как складывалась эта работа, рассказал журналу «БиВ» президент «Медиа Глоб» Алексей СТРИГАНОВ.



Как вам работалось в 2013 году, как показали себя ваши традиционные проекты?

– Вне всякого сомнения, итоги 2013 г. можно считать позитивными. Подавляющая часть задуманного нами реализована.

Нашей компании за годы своей работы удалось создать деловые площадки, востребованные бизнесом. Так, выставка «Строительная техника и технологии/СТТ», которая состоится в 2014 г. уже в 15-й раз, из небольшой экспозиции на Ходынском поле выросла в крупнейшее мероприятие отрасли, которое проходит теперь в МВЦ «Крокус Экспо». В 2013 г. выставка «СТТ» преодолела символический барьер в 1 тыс. участников, при этом почти вдвое выросло число посетителей. Это серьезное достижение, учитывая тот факт, что в 2013 г. «СТТ» отделилось от крупнейшей в мире выставки BAUMA всего два месяца.

Второй по старшинству нашей выставкой является Международный грузовой автосалон COMTRANS, который проводится с 2000 г. Салон организуется раз в два года совместно с НП «ОАР» и включен в официальный календарь Международной организации производителей автомобилей (OICA). COMTRANS-13 показал впечатляющие результаты: общая площадь экспозиции выросла по сравнению с 2011 г. более чем на 40% и составила 70 тыс. кв. м, в нем приняло участие более 447 компаний.

Обе наши традиционные выставки подтвердили свое лидерство.

А каковы результаты компании «Медиа Глоб–Крокус», созданной в партнерстве с МВЦ «Крокус Экспо»?

– Компания «Медиа Глоб–Крокус» создана в 2011 г. в целях развития новых проектов, которыми на начальной стадии стали строительно-интерьерная выставка и экспозиция в мебельной индустрии – Московский международный мебельный салон.

В 2013 г. строительно-интерьерная выставка прошла во второй раз и превратилась в одно из лидирующих мероприятий в строительной сфере, увеличившись за год более чем в два раза, – показатель, говорящий сам за себя. На площади 50 тыс. кв. м было представлено более 412 компаний. Все это свидетельствует о том, что профессиональная аудитория приняла выставку как значимое событие строительной индустрии в масштабе всей страны. С осени 2013 г. она развивается под названием BATIMAT Russia. Партнерство с одной из ведущих в мире выставок в области строительства и интерьеров BATIMAT Paris, которую организует компания Reed Exhibitions, принесет лучшее, чем известен бренд BATIMAT во всем мире, и позволит экспозиции BATIMAT Russia стать главным российским выставочным проектом, посвященным строительной и интерьерной тематике.

«Медиа Глоб–Крокус» является также организатором Московского международного мебельного салона, который в 2013 г. состоялся вто-

«Медиа Глоб» участвует в организации выставок, суммарная площадь которых достигает почти 300 тыс. кв. м.

НА ДОСТИГНУТОМ

рой раз, увеличившись по размерам за год на 30% и став крупнейшим весенним мебельным проектом. С 2013 г. выставка проводится в партнерстве с компанией «Кёльн Мессе», которая формирует иностранные экспозиции и национальные павильоны под брендом Rooms Moscow. Мы рассчитываем, что это сотрудничество позволит вывести проект на международный уровень и расширить участие в нем иностранных компаний.

Новым проектом в этом году стала выставка комплексных решений в транспорте и логистике InterLogistika. Несмотря на сложную конкурентную среду, на первой выставке были представлены 116 компаний из 10 стран, более 5 тыс. специалистов посетили экспозицию и деловые мероприятия. InterLogistika проходила параллельно с автосалоном COMTRANS, что способствовало созданию эффекта дополнения друг друга по тематике деловых мероприятий и по привлечению профессиональной аудитории. Такое сочетание планируем продолжить и в будущем.

В целом, как я уже сказал, итоги года нас удовлетворяют. Мы намерены и в дальнейшем совершенствовать наши проекты и не останавливаться на достигнутом. Как говорится, «совершенства добиться невозможно, но если пытаться, то обычно получается очень неплохо». Безусловно, окончательную оценку результатам нашей работы должны давать не мы, а участники выставок – потребители услуг. Отзывы наших клиентов подтверждают, что мы движемся в правильном направлении. Именно благодаря обратной связи мы узнаем, что у нас получается хорошо, а что еще можно улучшить. Тут мне бы хотелось призвать всех наших партнеров и клиентов активнее высказывать свои мнения и предложения – они нам необходимы в работе, чтобы делать выставки лучше.

Как развивались международные контакты компании?

– На мой взгляд, несмотря на конкуренцию, российские и зарубежные выставочные компании могут по ряду проектов объединять свои возможности, что приносит только пользу выставкам, а в итоге – индустрии и участникам проектов.



Компания «Медиа Глоб» (Media Globe) работает на выставочном рынке с 1999 г. и известна как организатор крупнейших в России выставок строительной техники и технологий (СТТ) и автосалона грузового транспорта (COMTRANS). «Медиа Глоб» издает также специализированные журналы «Коммерческий транспорт» и «Строительная техника и технологии». В 2011 г. компания совместно с МВЦ «Крокус Экспо» создала новую коммерческую структуру «Медиа Глоб–Крокус», которая занимается разработкой новых выставочных проектов.

«Медиа Глоб–Крокус» является организатором Московского международного мебельного салона, который в 2013 г. состоялся второй раз, увеличившись по размерам за год на 30% и став крупнейшим весенним мебельным проектом.





Площадь выставки «Строительная техника и технологии / СТТ» увеличилась с 73 тыс. кв. м в 2009 г. до 130 тыс. кв. м в 2013 г., число посетителей выросло вдвое.



Одним из ключевых событий 2013 г. для «Медиа Глоб» стала договоренность с крупнейшей в мире выставочной компанией Reed Exhibitions о сотрудничестве в дальнейшем развитии апрельской строительной выставки под названием BATIMAT Russia.

В целях развития наших проектов «Медиа Глоб» активно поддерживает сотрудничество со многими международными ассоциациями и профессиональными организациями и объединениями, что позволяет эффективно формировать экспозиции и деловую программу мероприятий. Это, в частности, Объединение европейских производителей оборудования (CECE), Международная организация производителей автомобилей (OICA), Американская ассоциация производителей оборудования (AEM), Китайская национальная корпорация по экспорту и импорту машин и оборудования (СМЕС), Ассоциация европейского бизнеса (АЕБ), Международная федерация экспедиторских ассоциаций (FIATA) и другие.

Если говорить более конкретно, то в организации выставок «СТТ» и COMTRANS мы тесно сотрудничаем с международным подразделением «Мессе Мюнхен» (IMAG), по выставке Московский международный мебельный салон нашим партнером является компания «Кёльн Мессе», а по строительной выставке BATIMAT Russia – Reed Exhibitions.

Что важно, на ваш взгляд, для успешного участия в выставках?

– В общении с участниками наших выставок приходится нередко слышать о «кризисе в отрасли», будь то строительная, мебельная или, скажем, автомобильная. При этом упоминается чаще всего Европа, хотя, надо сказать, и в России спад потребления во многих отраслях очевиден. В таких условиях нашим клиентам очень важно использовать наиболее эффективные маркетинговые инструменты. Как показывает практика, выставки остаются в числе приоритетных сфер работы компаний, направленной на реализацию их планов. Наши участники всё более ответственно подходят к подготовке работы на выставках. Компании организуют интересные, необычные мероприятия, строят разнообразные стенды с использованием оригинального дизайна, готовят персонал для работы на стенде, делают рассылки приглашений по своим базам данных. Это позволяет проинформировать широкий круг потенциальных партнеров и клиентов о предлагаемых услугах и правильно представить товар «вживую», тем самым обеспечить на месяцы вперед работу компании.

Для успеха выставки немаловажно и место ее проведения. «Крокус Экспо» – лучшая выставочная площадка страны, поэтому все наши выставки проходят здесь.

Каковы планы на будущее?

– Планов очень много. В ближайшие два года мы предполагаем запустить новые проекты в некоторых важных отраслях. Пока не готов говорить об этом детально, но обещаю – скоро о них будет объявлено.



Группа Компаний
Grand Gusto Group



Sucree
Банкейт

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



8 925 544 70 45
8 925 508 60 06

www.gg-g.ru

РЕСТОРАНЫ КРОКУС СИТИ МОЛЛ

Блюма

кавказская кухня
+7 (495) 727-17-11



Sucree

кондитерский дом
+7 (495) 727-25-40

Casa Mia

итальянская кухня
+7 (495) 727-17-10

ASJA

паназиатская кухня
+7 (495) 727-17-12

**ТРАКТИРЪ
ПОЖАРСКОГО**

русская кухня
+7 (495) 727-17-14

МЫ ГОРДИМСЯ

Выставочная компания Reed Exhibitions Russia – давний партнер МВЦ «Крокус Экспо». Об итогах года и об амбициозных планах журналу «БиВ» рассказал генеральный директор Reed Exhibitions Russia Григорий ЗАРАЙСКИЙ.



Размер бизнеса Reed Exhibitions Russia уже достиг 2% в общем объеме продаж международной компании Reed Exhibitions. При общем обороте группы Reed Exhibitions в 1,5 млрд долл. на российскую компанию приходится около 35 млн долл. Казалось бы, не так много, но эта цифра постоянно и быстро растет. Наша компания увеличивает свой оборот на 15–20% в год. Из порядка 500 выставок Reed Exhibitions в мире в России проходят всего 12, но важно не количество, а качество.

2013 г. закончился для нас удачно, и есть чем гордиться: проекты InterCHARM и INTERCHARM professional, входящие в топ-70 лучших проектов Reed Exhibitions в мире, показали рост до 11% по сравнению с предыдущим годом. Впервые мы провели в Москве сателлитное мероприятие нашей питерской выставки целлюлозно-бумажной промышленности – Форум PAP-FOR, которое вызвало большой интерес аудитории. Остальные выставки тоже демонстрируют позитивную динамику.

Для международной выставочной компании Reed Exhibitions Россия уже давно стала одним из приоритетных направлений. Наша компания расширяется: увеличивается штат сотрудников, растет количество отделов. Мы рассматриваем возможности покупки новых выставок, открыты для партнерств и постоянно совершенствуем свои профессиональные навыки, и недавний внутренний аудит с участием зарубежных коллег это подтвердил.

Мы с интересом наблюдаем за развитием выставочного рынка в России, особенно в регионах. Есть немало выставочных проектов, которые по ряду причин экономически целесообразнее проводить не в Москве, например они «заточены» под специфический региональный рынок или их можно делать больше двух раз в год. Возьмем нашу выставку INTERCHARM professional в Питере. Анализ целевой аудитории показал, что есть большой пласт специа-

Для международной
выставочной компании
Reed Exhibitions
Россия стала одним
из приоритетных
направлений.

СВОИМИ ВЫСТАВКАМИ

листов, заинтересованных в проведении проекта в Северо-Западном регионе страны. Выяснилось, что потребление услуг в индустрии красоты радикально различается на Северо-Западе и в Москве. Поэтому выставку в регионе нужно делать по-другому. Мы готовим новые региональные проекты и будем продолжать изучать динамику регионального бизнеса.

С момента создания офиса в России в 2006 г., сегодня у нас, пожалуй, самые амбициозные планы: запустить в 2014 г. пять новых выставочных проектов. Это выставки INTERCHARM professional в Санкт-Петербурге, Aqua-Therm в Санкт-Петербурге и Новосибирске и две совершенно новые выставки в «Крокус Экспо»: NAIS & CA – по развитию инфраструктуры аэропортов и гражданской авиации и International Private Label Show (IPLS) – выставка, посвященная частным торговым маркам. Мы начнем с небольших площадей, но рассчитываем, что экспозиции быстро наберут силу.

Сейчас никто не вкладывает деньги просто так, и наши участники не исключение. Хороший пример – выставка PAP-FOR, которую мы проведем в 2014 г. в Санкт-Петербурге в новом выставочном комплексе. Отрасль целлюлозно-бумажной промышленности – непростая, требующая долгосрочных и нескоро окупающихся инвестиций. А то, что происходит в Европе, вообще не добавляет оптимизма. Но в нашей выставке примут участие компании со всех основных международных рынков – Германии, Бразилии, Италии, Скандинавских государств. Выставка формируется успешно. Я глубоко убежден, что если продукт хороший, экспоненты и посетители получают от него отдачу, то и участие будет высоким, невзирая на экономические затруднения или какие-то опасения, связанные с новой площадкой. Если у наших клиентов есть затруднения или вопросы, мы реагируем сразу.

В 2014 г. в России появится выставка BATIMAT Russia, вдохновленная потрясающим успехом нашего парижского проекта BATIMAT, одного из ведущих в мире брендов в области строительства и интерьеров. Это мероприятие организуется партнерством нашего офиса во Франции и компаниями «Медиа Глоб» и «Крокус Экспо» в России. Я уверен, это будет качественным прорывом в дальнейших отношениях Reed Exhibitions с «Крокус Экспо».

Подготовила Надежда КАЛМЫЧКОВА



Компания Reed Exhibitions Russia – российское подразделение группы компаний Reed Exhibitions, мирового лидера в организации выставочных и конгрессных мероприятий B2B и B2C направленности. Ежегодно в 42 странах проходит около 500 выставок, организованных компанией Reed Exhibitions, по 44 отраслям промышленности. По всему миру в 34 офисах Reed Exhibitions работают более 2500 сотрудников. Уникальная сеть офисов международных продаж в 93 странах обеспечивает поддержку экспонентов на экспортных рынках.

Я глубоко убежден, что если
продукт хороший, экспоненты
и посетители получают от него
отдачу, то и участие будет высоким.



БУДУЩЕЕ ЗА НОВЫМИ РЫНКАМИ

Выставочная отрасль в России меняется стремительно. Поэтому каждый год особенно интересно подводить итоги, беседуя с представителями крупнейших выставочных компаний. Об успехах российского подразделения немецкой компании Messe Frankfurt GmbH рассказал генеральный директор ООО «Мессе Франкфурт РУС» Ойген АМЕС.



Как вы оцениваете результаты работы в 2013 г., как развивались ваши проекты?

– Пока рано говорить о результатах, поскольку для нас выставочный 2013 г. еще не закончен. В ноябре – с 5 по 8 – состоится лидирующий международный проект индустрии декоративного и технического освещения, электротехники и автоматизации зданий Interlight Moscow powered by Light+Building, по итогам которого уже с уверенностью можно будет говорить о результатах работы в 2013 г. Хотя замечу, что до выставки еще целый месяц, но уже с уверенностью можно сказать, что перспективы самые радужные. Если говорить о проектах, которые к данному времени уже прошли, то мне бы хотелось выделить Automechanika Moscow powered by MIMS, выставка показала рост площади на 25%, став рекордной за всю историю своего существования. Около месяца назад состоялась лидирующая выставка индустрии домашнего текстиля и тканей для оформления интерьеров Heimtextil Russia. Рост экспозиции составил 20%. В рамках выставки были представлены национальные коллективные экспозиции из таких стран, как Испания, Греция, Италия, Португалия. И это несмотря на то, что в Европе легкая промышленность чувствует себя не слишком комфортно. Успешные павильоны организовали компании из Турции и Китая. Мы собрали на одной площадке всех самых известных поставщиков и производителей текстиля из Азии.

Вернусь на год назад. В 2012 г. мы решили расширить работу с текстильной отраслью и впервые провели проект Texcare в новом для себя формате, проект носит название Texcare Forum Russia. Продолжая тему текстильной и легкой промышленности, я хочу выделить нашу выставку Techtextil Russia – международную выставку технического текстиля и материалов на волокнистой основе. Выставка проходит



ООО «Мессе Франкфурт РУС» – российское подразделение одного из крупнейших в Германии выставочных концернов Messe Frankfurt GmbH. Представительство в России существует более 10 лет и оказывает услуги по организации и проведению технических выставок и выставок потребительских товаров. Проекты компании представляют собой крупные международные события, проходящие в формате B2B для профессиональных посетителей.

раз в 2 года. В 2012 г. проект стал сенсацией, так как состоялся при поддержке Министерства экономики Германии, и в рамках выставки была представлена коллективная экспозиция High-Tex from Germany, которая показала достижения немецкой отрасли технического текстиля. Не могу оставить без внимания и музыкальные проекты NAMM Musikmesse Russia и Prolight+Sound NAMM Russia, которые наша компания организует совместно с Американской ассоциацией производителей и продавцов музыкальных инструментов NAMM. NAMM уделяет пристальное внимание образовательной части мероприятий. Об этом говорит следующий факт. В рамках выставки NAMM Musikmesse Russia проходят серии обучающих семинаров под названием NAMM University, направленные на российские предприятия розничной торговли. Семинары NAMM University традиционно представляют доклады международных и российских экспертов, которые делятся опытом успешного внедрения своих практик. В 2013 г. выставки NAMM Musikmesse Russia и Prolight+Sound NAMM Russia прошли во второй раз, собрав не только профессионалов отрасли, но и любителей музыки. Проекты состоялись в новой концепции: выставки работали и в выходные дни, что предоставило возможность любителям музыки и специалистам отрасли посетить многочисленные мастер-классы, музыкальный фестиваль и концерты на открытой сцене.

Ваша компания давно работает с российскими регионами, то есть имеет довольно полное представление о выставочном рынке России. Каковы его перспективы?

– Абсолютно верно, с российскими регионами мы сотрудничаем достаточно давно, в первую очередь с Санкт-Петербургом, Самарой, Казанью, Новосибирском и Екатеринбургом. К слову, именно в Северной столице, в Петербурге, компания Messe Frankfurt

впервые представила бренд Automechanika 18 лет назад. Мы очень надеемся, что выставочный рынок России получит развитие в регионах, и перечисленные города станут центрами новых выставочных направлений. В Германии крупные выставочные компании в каждом городе специализируются на определенных тематических направлениях. Messe Frankfurt, например, лидирует в области текстильных проектов, автоиндустрии, отрасли потребительских товаров. Если говорим о Koelnmesse, можно привести пример специализации на мебели и продуктах питания, Messe Duesseldorf – на медицине, как одной из ключевых отраслей их успешной деятельности.

В России каждый регион тоже может иметь свою специфику, например с географической точки зрения. Допустим, Новосибирск, который потенциально интересен для Китая и стран Азии, где очень востребованы выставки IT и компьютерных технологий.

Что касается Санкт-Петербурга, то этот город с более чем 5-миллионным населением пока в большей степени востребован для выставок направления B2C, то есть направленных на конечного потребителя. У Санкт-Петербурга есть существенное преимущество перед Москвой – это его транспортная и гостиничная инфраструктура, рассчитанные на прием большого количества приезжих, что очень важно для B2C формата выставок.

А вот для B2B выставок лучшее место проведения – Москва, так как весь бизнес в основном здесь. Надеюсь, ситуация в отношении развития регионов в будущем будет меняться к лучшему. Но на данный момент Москва серьезно ушла вперед.

В целом же в России за последние годы произошло много качественно новых изменений, которые благоприятно отразились на развитии выставочной индустрии.

В России за последние годы произошло много качественно новых изменений, которые благоприятно отразились на развитии выставочной индустрии.

Повлияла ли на работу вашей компании ситуация на международном рынке?

– На международном рынке сейчас действительно намечаются серьезные изменения. Но общеэкономическая ситуация и ситуация на выставочном рынке не всегда находятся в прямой зависимости. Если взять выставочный рынок Германии, то он не в полной мере отражает экономическую ситуацию в стране. На выставочные проекты, которые проходят во Франкфурте, например выставку Automechanika, приезжают 70% посетителей из других стран и только 30% из Германии. А вот на московской выставке Automechanika посетителей из России было порядка 85%.

Выставочный бизнес всегда стремится туда, где самая лучшая инфраструктура, где самое динамичное развитие бизнеса и пересечение интересов. Поэтому Европа до недавнего времени была местом встречи бизнесменов со всего мира. То есть американский производитель принимал участие в выставке во Франкфурте и встречал там филиппинского потребителя. Сейчас курс развития выставочного рынка перемещается в сторону Азии. В первую очередь в Китай, который инвестирует огромные средства в свою инфраструктуру. Рынок Китая становится очень привлекательным и динамично развивающимся. Компания Messe Frankfurt была одной из первых международных выставочных компаний, которая увидела и

оценила потенциал Китая. В 1989 г. в Китае начало работу представительство Messe Frankfurt. Сегодня в китайском отделении Messe Frankfurt работают больше 400 человек.

Каковы планы на будущее?

– Цель работы нашей компании – освоение и развитие новых территорий и рынков. Мы создаем узнаваемые международные бренды, привлекаем российских экспонентов к участию в международных выставках, поддерживаем и развиваем местные рынки. Так происходит, например, с выставкой Heimtextil, которая узнаваема во всем мире. Принимая участие в выставке, и экспонент, и посетитель становятся частью бренда. Мы помогаем компании построить свой бизнес на международном уровне. Это большая ответственность. Исходя из этого, мы и строим планы на будущее – развивать уже существующие проекты и создавать новые. В этой связи я хочу выделить проект Paperworld Russia, который с 2014 г. будет проходить совместно с проектом Skrepka Expo под названием Skrepka Expo powered by Paperworld. У нашей компании планы амбициозные. И их достаточно много, есть задумки о реализации новых проектов для индустрии. Но пока раскрывать все карты я не стану.

Беседовала Надежда КАЛМЫЧКОВА

Мы создаем узнаваемые международные бренды, привлекаем российских экспонентов к участию в международных выставках, поддерживаем и развиваем местные рынки.



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, роллы). 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.





Новые возможности вашего бизнеса

Ваш успех - наша работа!

www.messefrankfurt.ru

Календарь выставок на 2014 год

 **СКРЕПКАЭКСПО**
СКРЕПКАEXPO

powered by:

paperworld

25-27 февраля 2014
МВЦ «Крокус Экспо»

techtextil
RUSSIA

11-13 марта 2014
ЦВК «Экспоцентр»



powered by:

automechanika
MOSCOW

25-28 августа 2014
ЦВК «Экспоцентр»

NAMM
musikmesse
RUSSIA

11-14 сентября 2014
КВЦ «Сокольники»

prolight+sound
NAMM
RUSSIA

11-13 сентября 2014
КВЦ «Сокольники»

heimtextil
RUSSIA

24-26 сентября 2014
МВЦ «Крокус Экспо»

INTERLIGHT MOSCOW

powered by **light+building**

11-14 ноября 2014
ЦВК «Экспоцентр»

texcare
RUSSIA

Осень 2014
ЦВК «Экспоцентр»

ЗАБЫТЬ О СТАНДАРТНЫХ ФОРМАХ РЕКЛАМЫ

В 2013 г. компании «Евроэкспо» исполнился 21 год – возраст полного совершеннолетия. Каждый год был полон захватывающей, интересной работы. О том, как она складывалась в заканчивающемся году, и о планах на будущее с журналом «БиВ» поделился генеральный директор «Евроэкспо» Кирилл АНИСИМОВ.



– В 2013 г. компания «Евроэкспо» провела 11 международных выставок, в которых приняли участие более 3 тыс. компаний из 80 стран ближнего и дальнего зарубежья. За этот год наши выставки посетили более 100 тыс. человек.

В этом году нашей компании исполнился 21 год. Несмотря на эту «зрелость», мы стараемся постоянно развиваться, придумывать новые интересные мероприятия для экспонентов и посетителей, уделяем большое внимание нестандартным инструментам продвижения. Ведь в наше время, время Интернета, на первый план выходят уровень выставочного сервиса, качество посетителей, наличие интересной и актуальной деловой программы.

В нынешнем выставочном году мы столкнулись с разнонаправленными тенденциями, которые сильно повлияли на нашу работу и заставили нас по-разному подходить к формированию различных мероприятий. Все выставки, связанные напрямую или косвенно со строительством (систем кондиционирования, вентиляции, отопления, торгового и промышленного холода «Мир Климата»; строительных материалов – «ОСМ»; инструментов – MITEX), активно развивались. Количество участников «Мира Климата» увеличилось на 11%, «ОСМ» – на 10%. Это не может не радовать, ведь самое главное в нашей работе – это сохранить экспонента. Все мы знаем, как сложно привлечь нового клиента к участию в выставке.

Вместе с тем по некоторым проектам у нас произошло небольшое уменьшение количества посетителей. Анализ рынка показывает, что мы находимся в преддверии непростой экономической ситуации, и в

В 2013 г. компания провела 11 международных выставок, в которых приняли участие более 3 тыс. компаний из 80 стран ближнего и дальнего зарубежья. За этот год наши выставки посетили более 100 тыс. человек.

Мы стараемся постоянно развиваться, придумывать новые интересные мероприятия для наших экспонентов и посетителей, уделяем большое внимание нестандартным инструментам продвижения.



5–8 ноября 2013

MITEX 2013 Все многообразие инструмента
6-я Московская международная выставка инструментов, оборудования, технологий
Москва, ЦВК «Экспоцентр»
www.mitexpo.ru



9–12 декабря 2013

АПТЕКА 2013
20-я Международная специализированная выставка
Москва, ЦВК «Экспоцентр»



Международный Деловой Медико-Фармацевтический Форум
www.aptekaexpo.ru



28 – 31 января 2014

ОСМ 2014
15-я Специализированная выставка строительных материалов
Москва, ЦВК «Экспоцентр»



28 января 2014

Бизнес-форум «Энергоэффективные здания сегодня. Нормы и практика их применения»
www.osmexpo.ru



11 – 14 марта 2014

МИР КЛИМАТА 2014
10-я Международная специализированная выставка систем кондиционирования, вентиляции, отопления, промышленного и торгового холода
Москва, ЦВК «Экспоцентр»
www.climatexpo.ru



11 – 14 марта 2014

GARDENTOOL 2014
8-я Международная специализированная выставка инструмента, техники и оборудования для садово-парковых работ
Москва, ЦВК «Экспоцентр»
www.gardentool.ru



11 – 14 марта 2014

PISCINA MOSCOW 2014
2-я Международная специализированная выставка бассейнов
Москва, ЦВК «Экспоцентр»
www.piscinamoscow.ru



Сентябрь 2014

БАРБЕКЮ ЭКСПО 2014
3-я Международная специализированная выставка оборудования, принадлежностей, инструментов и аксессуаров для приготовления барбекю, гриля, шашлыка
Москва, ЦВК «Экспоцентр»
www.bbqexpo.ru



INTERNATIONAL
RUSSIAN
TRAVEL
MARKET

16–19 сентября 2014



ОДЫКН LEISURE 2014
20-я Международная туристская выставка
Москва, МВЦ «Крокус Экспо»
www.tourismexpo.ru



ОДЫКН MICE 2014
10-я Международная выставка и конференция по деловому туризму и корпоративным мероприятиям
Москва, МВЦ «Крокус Экспо»
www.tourismexpo.ru



ОДЫКН LUXURY 2014
9-я Международная выставка эксклюзивного туризма
Москва, МВЦ «Крокус Экспо»
www.tourismexpo.ru



MEDICAL TOURISM, SPA & HEALTH 2014
10-я Международная экспозиция и конференция по медицинскому и лечебно-оздоровительному туризму
Москва, МВЦ «Крокус Экспо»
www.tourismexpo.ru



Главная тема

следующем году все выставочные компании ждут не легкие времена. Сейчас приоритетом для организаторов становится продвижение своих выставочных проектов. Надо забыть про стандартные формы рекламы, постоянно мониторить рынок, придумывать необычные подходы и инструменты для привлечения клиентов. Важно донести до посетителя, зачем и почему ему надо потратить деньги на дорогу и лично приехать на выставку. Показать, что здесь можно получить то, чего нельзя найти в Интернете, – прямые контакты, информацию «из первых рук» и возможность обсудить с коллегами по отрасли различные наболевшие вопросы. Необходимо найти способ, как именно донести эту информацию, ведь в условиях все увеличивающихся информационных потоков даже самое заманчивое предложение может затеряться и не привлечь к себе внимания.

В заключение хочу напомнить, что компания «Евроэкспо» была основана в 1992 г. и преодолела уже немало трудностей. У нас есть свои ноу-хау и подходы к решению проблем. С уверенностью могу сказать, что нашей главной задачей в наступающем году будет сохранение существующего состава экспонентов и посетителей, поиск новых нестандартных форм продвижения наших мероприятий и повышение качества выставочного сервиса.

Подготовила Елена КРЕМЕНЕЦКАЯ



Выставка «Отдых / Leisure» – одна из самых популярных в программе «Евроэкспо».

МОСКВА РОССИЯ

ЕВРОЭКСПО



VIENNA AUSTRIA

EUROEXPO

Exhibitions and Congress Development GmbH

«Евроэкспо» – российская выставочная компания, занимающаяся разработкой и организацией выставок в различных сферах экономики, ориентированных преимущественно на профессиональных посетителей (формат B2B). С 2001 г. компания является членом Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ), а с 2010 г. – полноправным членом Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI). В 2006 г. в Австрии создана партнерская компания Euroexpo Exhibitions and Congress Development GmbH. В настоящее время офисы «Евроэкспо» в Москве и Вене ежегодно совместно проводят 11 международных выставок.



Просмотреть журнал можно на сайтах: www.biz-expo.ru

www.crocus-expo.ru/press/magazine.php

Телефоны: +7-495-223-42-15; +7-925-091-83-95

Электронная почта: arhipova@crocus-off.ru



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

ВЫСОКИЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБЯЗЫВАЮТ

Компания «Мидэкспо – выставки и ярмарки» является организатором выставок в сфере высоких технологий. Ее экспозиции потребительской электроники, технологий для телевидения и телекоммуникаций, аудиовизуальных технологий и автоматизации зданий имеют огромную популярность и привлекают многотысячную аудиторию специалистов и потребителей. О том, как складывалась работа компании в 2013 г., рассказала журналу «Бив» заместитель генерального директора «Мидэкспо» Оксана СУХОВА.



– Результаты работы в 2013 г. мы, безусловно, расцениваем как положительные. В пользу этого говорит возросшее число участников и посетителей, а также увеличившиеся площади наших проектов. Так, на выставке потребительской электроники Consumer Electronics & Photo Expo–2013 было представлено более 900 брендов фото-, аудио-, видео-, мобильной, компьютерной и бытовой техники, что можно считать рекордом для одной экспозиции. За четыре дня мероприятие посетили более 150 тыс. человек.

Наши выставки стали еще более содержательными благодаря проводимым в их рамках новым мероприятиям, рассчитанным как на специалистов, так и на конечных потребителей. Это привлекло дополнительное число посетителей и вызвало широкий интерес со стороны участников.

Участие в наших выставках стало важным фактором престижа для ведущих компаний-производителей. Более того, проекты компании «Мидэкспо» в связи с актуальностью их тематик и принадлежностью к сфере высоких технологий приобретают стратегическое значение для развития экономики России в целом.

Успешные результаты текущего года в значительной степени связаны с всплеском потребительской активности. В этих условиях компании-производители рассматривают расширить свое присутствие на рынке, увеличивая масштабы рекламной кампании. Несомненно, одним из самых эффективных инструментов маркетинга и рекламы являются выставки. По опыту и положительным отзывам участников можно сказать, что наши проекты помогают им достичь поставленных целей.

Однако на сегодняшний день российские экспозиции высоких технологий являются в основном площадками для демонстрации достижений зарубежных производителей. К сожалению, российские компании пока не лидируют в тех областях высоких технологий, которые представлены на наших выставках. Их доля в этом секторе невелика.

Преобладание иностранных компаний-участников на площадках технологических выставок в России делает такие экспозиции чувствительными к экономической ситуации на международных рынках. Мы, как организаторы, не можем не замечать этого, поскольку подобные изменения сказываются на размерах расходов компаний на участие в выставках.

Мы следим за развитием ситуации на мировом рынке, регулярно посещая зарубежные отраслевые выставки. В задачи наших сотрудников, работающих на выставках за рубежом, входит дополнительное продвижение мероприятий «Мидэкспо», привлечение иностранных компаний и специалистов к участию в качестве экспонентов и докладчиков в сопутствующей деловой программе, а также информирование зарубежных коллег о наших новых проектах.

Такая работа дает результаты. Например, на недавно прошедшей и широко известной выставке IFA-2013 в Берлине мы отметили более активный интерес зарубежных специалистов к нашим проектам по сравнению с прошлым годом. Так, с некоторыми компаниями мы уже более 5 лет ведем переговоры, но только в этом году они стали серьезно рассматривать

возможность участия в выставках в России, что можно связать и с непростой экономической ситуацией в Европе, и с перспективностью развития бизнеса на российском рынке.

В целом, российский выставочный рынок находится в настоящее время в фазе роста. Вместе с

**Ежегодно в выставках
компании участвуют
свыше 5 тыс. экспонентов
из более чем 20 стран.**

тем, ситуацию не стоит переоценивать, развитие его не столь уж динамично. В определенной степени это связано с замедлением экономического роста в стране. В перспективе, по моему мнению, придать импульс активному развитию российского выставочного рынка могли бы, прежде всего, изменения в глобальном мировом распределении политических и экономических сил и, что важно, возрождение собственного производства в стране. Достижение позитивных результатов в этом направлении также повлияет на рост престижа российских выставок в мире.

Говоря о развитии выставочного рынка в России, нельзя не упомянуть некоторые проблемы. Я имею в виду, прежде всего, несовершенство законодательной базы, регулирующей выставочную деятельность. Нередки ситуации, когда появляются выставки, схожие по тематике, так называемые проекты-клоны, которые проводятся практически в те же сроки, что и зарекомендовавшие себя известные экспозиции. Это проблема не новая, но она продолжает возникать время от времени. С одной стороны, было бы неправомерно выступать против свободной конкуренции. Но, с другой стороны, дублирование тематик дезорганизует сложившуюся годами работу на выставочном рынке, вводит в заблуждение участников мероприятий, наносит ущерб имиджу и значению популярных экспозиций. Конечно, вряд ли ограничение на организацию схожих выставок можно закрепить законодательно, но это немаловажная тема для рассмотрения профессиональными выставочными объединениями, как это имеет место в ряде европейских стран.

Наша команда отличается прогрессивным и творческим подходом к организации мероприятий и созданию здоровых и доверительных отношений с их участниками. В 2014 г. мы будем развивать и совершенствовать наши проекты, а также разрабатывать новые, тем самым расширяя тематику нашей компании.

MIDexpo

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И ЯРМАРКИ

Компания «Мидэкспо – выставки и ярмарки» работает на российском выставочном рынке с 1999 г., организуя экспозиции в сфере высоких технологий. За 14 лет ее проекты получили международное признание и завоевали авторитет не только в России и странах СНГ, но и в дальнем зарубежье. На выставках компании традиционно демонстрируются самое современное оборудование и инновации, проводятся грандиозные шоу и презентации, конференции и форумы, бизнес-семинары и мастер-классы. В рамках этих мероприятий выступают крупные отечественные и иностранные специалисты, известные бизнесмены, представители научного мира, государственных и общественно-экономических организаций. «Мидэкспо» является членом Московской торгово-промышленной палаты и Гильдии выставочных компаний, входит в Ассоциацию кабельного телевидения России (АКТР).

На выставке
потребительской
электроники
Consumer
Electronics & Photo
Expo-2013 было
представлено
более 900 брендов
фото-, аудио-,
видео-, мобильной,
компьютерной и
бытовой техники.



СТРОИТЬ БЫСТРО И КАЧЕСТВЕННО

Компания «БилдЭкспо» более 18 лет работает в выставочном бизнесе, является генеральным застройщиком в МВЦ «Крокус Экспо». Об организации работы и итогах 2013 г. журналу «БиВ» рассказал генеральный директор ООО «БилдЭкспо» Андрей ФИСЕНКО.



– Основное направление деятельности нашей компании – строительство выставочных стендов. Главная площадка, на которой работает «БилдЭкспо», – это МВЦ «Крокус Экспо». Поэтому компания должна постоянно наращивать свои мощности и динамично развиваться, следуя за постоянно растущей программой выставочного центра. Наряду с экстенсивным ростом компания уделяет пристальное внимание повышению качества застройки экспозиций, улучшению их внешнего вида. Мы стараемся своевременно реагировать на меняющиеся запросы участников выставок и соответствовать требованиям современной организации экспозиций.

В строительном деле постоянно совершенствуются стандарты, разрабатываются новые технологии, повышаются требования к качеству застройки. Одновременно с этим появляются новые материалы, более совершенное оборудование для строительства выставочных стендов.

Мы следим за этими изменениями и стараемся применять новые разработки в деле. Это необходимое условие успешной работы компании в дальнейшем. Совершенствоваться нам помогает наш постоянный партнер по бизнесу – компания «Октанорм», с которой ООО «БилдЭкспо» сотрудничает уже много лет. Сферами нашего сотрудничества являются поставка современного выставочного оборудования, разработка новых технологических решений при монтаже выставочных стендов, обучение сотрудников компании «БилдЭкспо».

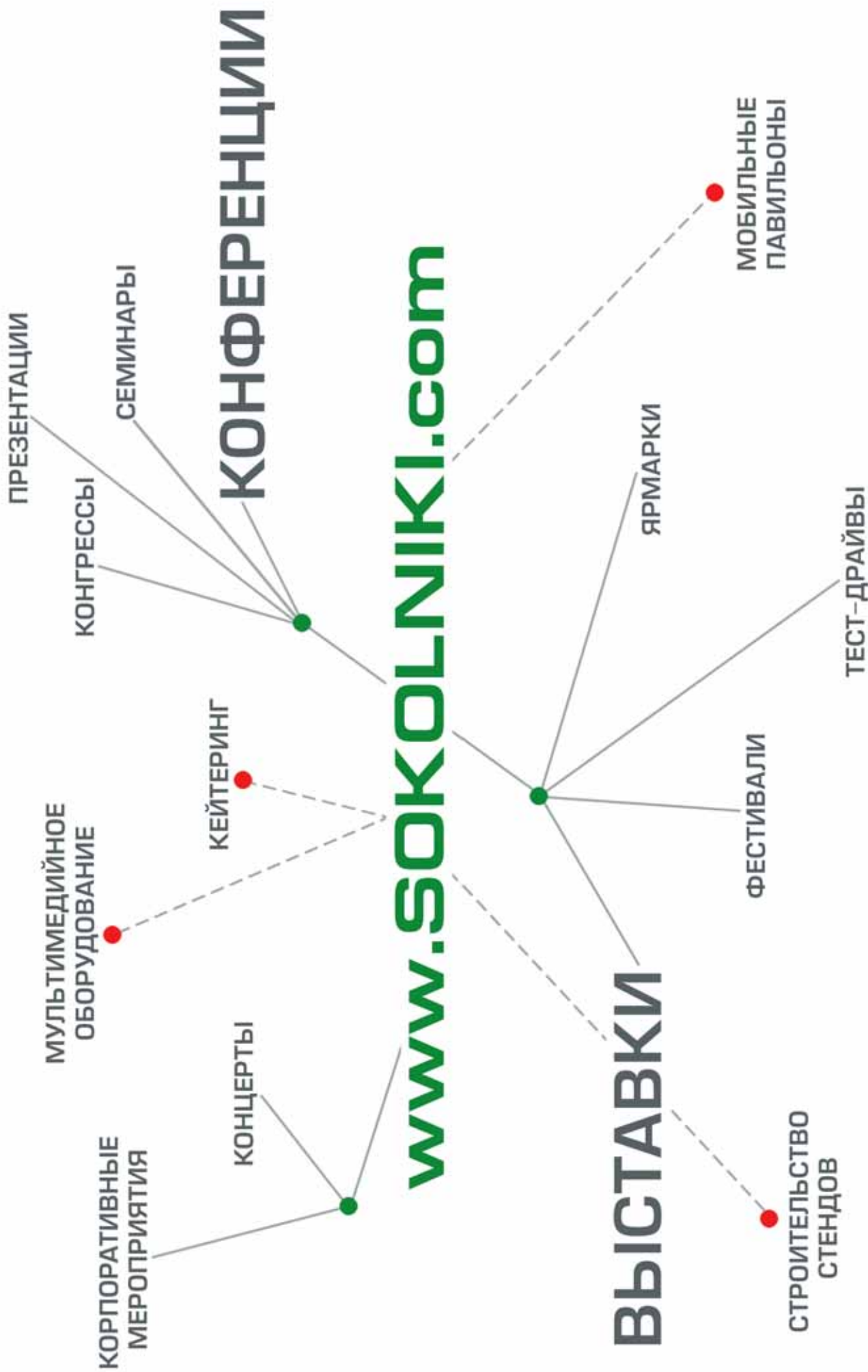
Наряду со строительными работами компании «БилдЭкспо» поручено от лица МВЦ «Крокус Экспо» взаимодействовать со сторонними застройщиками и контролировать их работу. В этом деле нам приходится в первую очередь следить за соблюдением требований и норм, установленных на площадке выставочного центра, за обеспечением безопасности работ при строительстве и дальнейшей эксплуатации стендов. И это чрезвычайно ответственное дело.

Технологический потенциал и высокая квалификация наших работников позволяют компании решать масштабные задачи не только в МВЦ «Крокус Экспо», но и на других площадках. Компания «БилдЭкспо» ежегодно застраивает более 400 тыс. кв. м экспозиций, причем не только в «Крокус Экспо», но и в других выставочных центрах: в КВЦ «Сокольники» – порядка 20 тыс. кв. м, на ВВЦ – около 15 тыс. кв. м.

Особое место занимает сооружение стендов на «Авиасалоне» и «Бронетанковой выставке» в Жуковском, имеющих важное государственное значение.

«БилдЭкспо» продолжает развиваться и расширять диапазон своей деятельности. Так, в ближайшем будущем планируется использовать производственный потенциал «БилдЭкспо» для обслуживания и выполнения строительных и ремонтных работ на объектах ЗАО «Крокус Интернэшнл», таких как поселок резиденций Agalarov Estate, торгово-развлекательные центры Vegas. Это диверсифицирует работу компании и будет способствовать в будущем укреплению ее положения на рынке строительных услуг.





ufi ТЕПЕРЬ НЕ

Состояние выставочной отрасли в мире не внушает опасения. Прогнозы на конец 2013 г. и первое полугодие 2014 г. у большинства членов Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) весьма позитивны. Интересно, что принявшие участие в подготовке маркетингового исследования российские выставочные компании оказались среди тех, кто наиболее оптимистично смотрит в будущее.

В опросе, который ежегодно проводит UFI, приняли участие 217 выставочных операторов из 56 государств. Россия оказалась среди стран, приславших наибольшее количество ответов на вопросы организации: в исследовании приняли участие 10 компаний из России, 11 – из Германии, 12 – из Китая, 17 – из США.

Документ под названием «Глобальный барометр» (Global Barometer Survey, 11th edition, UFI) был подготовлен уже в 11-й раз. Он показывает изменение ожиданий выставочников относительно ситуации в отрасли по сравнению с таким же опросом, проведенным годом раньше.

Суммируя ответы, эксперты UFI указывают на то, что позитивный настрой участников выставочного рынка, который наметился в 2011 г., сохраняется. Большинство компаний в разных регионах мира заявили о росте оборота своего бизнеса. По их оценкам, этот рост сохранится и в наступающем году: 3 из каждых четырех компаний, или 75%, во всех регионах ожидают в ближайшем будущем роста оборотов. Такое единодушие в позитивных оценках наблюдается впервые с 2008 г. Большинство компаний (от 56 до 71%), действующих на крупных национальных рынках (Россия, Китай, Германия, Италия, США и др.), примерно одинаково оценивают ситуацию и считают, что в будущем году они сумеют расширить свой бизнес. Неплохо обстоят дела и с прибылями. Каждая вторая ком-



Большинство компаний в разных регионах мира заявили о росте оборота своего бизнеса. По их оценкам, этот рост сохранится и в наступающем году. Такое единодушие в позитивных оценках наблюдается впервые с 2008 г.

ПРОПАДЕМ



Президент Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ) **Сергей АЛЕКСЕЕВ** полагает, что основной проблемой развития выставочно-ярмарочной деятельности в России сегодня является нехватка выставочно-конгрессных центров, соответствующих мировым стандартам. Члены РСВЯ имеют 30 выставочных центров в 24 субъектах Федерации общей площадью 567,2 тыс. кв. м, и далеко не все из них отвечают мировым стандартам. Доля Москвы в выставочных площадях России составляет более 70%. За прошедшее время, сообщил С.Алексеев, были открыты новые современные центры в Екатеринбурге, Новосибирске, Владивостоке. Большое строительство ведется в Санкт-Петербурге, где ЗАО «ЭкспоФорум» планирует в 2014 г. ввести в строй современный выставочно-конгрессный центр в районе Пулков. Завершаются проектные работы по строительству многофункционального комплекса «Конгресс-Центр» в Нижнем Новгороде. Планируется строительство новых центров в Казани, Белгороде, Уфе.

пания (а кое-где – каждая) в Северной и Южной Америке и каждая 3–4-я из 10 в других регионах рассчитывают закончить 2013 г. с прибылью, как минимум на 10% превышающей прошлогоднюю. В то же время более пристальный взгляд на отдельные регионы показывает существенную разницу в ожиданиях. Наиболее оптимистично настроены компании из США (более 70%) и России (50–60%), которые считают, что их прибыли вырастут более чем на 10%. Доля таких оптимистов в Италии и Нидерландах – 25–30%, в Китае и Германии – 20%.

Продолжает ли экономический кризис оказывать влияние на ваш бизнес? Такой вопрос был задан всем участвующим в исследовании компаниям, а ответы сравнили с теми, что были получены три года назад. Америка стала единственным регионом, большинство компаний которой заявили, что для их выставочного бизнеса кризис уже позади. Так считают 2 из каждых трех компаний в Северной и Южной Америке. В других регионах мира 75% компаний полагают, что кризис в той или иной степени продолжает оказывать влияние на их бизнес. Сдвинулась в ощущениях компаний, по сравнению с предыдущими опросами, оценка того, когда экономический кризис окончательно уй-

РОССИЙСКИЕ ВЫСТАВОЧНЫЕ КОМПАНИИ-ЧЛЕНЫ UFI

- «АйтиИ Сибирская Ярмарка»
- Объединение выставочных компаний «Бизон»
- ВЦ «ВертолЭкспо»
- ГАО «Всероссийский выставочный центр» (ВВЦ)
- «Евроэкспо»
- «Казанская ярмарка»
- «КраснодарЭКСПО»
- «Крокус Интернэшнл»
- «Кузбасская ярмарка»
- «МВК – Международная Выставочная Компания»
- «МЕДИ Экспо»
- «Металл-Экспо»
- «Мокка Экспо Групп»
- «НЕГУС ЭКСПО Интернэшнл»
- «Нижегородская ярмарка»
- ВЦ «Пермская ярмарка»
- «Примэкспо»
- ВО «РЕСТЭК»
- «РЛП-Ярмарка»
- «Русском Ай-Ти Системс»
- «Сибико Интернэшнл»
- «Сибирь Экспоцентр»
- «СОУД – Сочинские выставки»
- «Текстильэкспо»
- «Фарэкспо»
- КВЦ «Сокольники»
- ВК «Эксподизайн»
- Центр маркетинга «ЭкспоХлеб»
- «ЭкспоКонста»
- «ЭкспоФорум»
- «Экспоцентр»





По данным **Александра РЫБАКОВА**, вице-президента Торгово-промышленной палаты РФ, в настоящее время в России ежегодно проводится более 1700 выставок в формате «бизнес для бизнеса» суммарной площадью свыше 2 млн кв. м. В них принимают участие около 140 тыс. российских и 20 тыс. зарубежных экспонентов. В стране функционируют 44 выставочных комплекса общей закрытой площадью 710 тыс. кв. м. По экспертным оценкам, оборот выставочного рынка России в 2012 г. составил порядка 730 млн долл., что ставит Россию на 7-е место в мире. Пока подавляющая часть всех выставочных площадей располагается в Москве и Санкт-Петербурге, и только 27% приходится на остальные регионы. По поручению Правительства Российской Федерации разработана Концепция развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности. Программой предусмотрено строительство новых комплексов в 49 регионах на условиях государственно-частного партнерства.

дет из повестки дня. Так, количество компаний, которые считают, что с кризисом будет окончательно покончено к концу 2013 г., упало с 44% год назад до 10% сейчас. 37% опрошенных надеются, что экономический кризис закончится в 2014 г., 42% называют 2015 г., а 12% полагают, что он продлится и далее.

Как и прежде, у выставочных компаний поинтересовались, с какими главными проблемами сталкивается их бизнес. Примерно 80% всех ответов, как и в прежние годы, фокусируются вокруг четырех главных тем: состояние национальной/региональной экономики – 26%; глобальная экономическая неопределенность – 19%; конкуренция выставочных операторов на локальных/национальных рынках – 19%; внутренние проблемы управления – 17%. За прошедшие годы конкуренцию со стороны Интернета, виртуальных выставок, социальных медиа и пр. стали рассматривать в качестве серьезной угрозы бизнесу меньшее количество компаний.

Ирина СКИБИНСКАЯ

За прошедшие годы конкуренцию со стороны Интернета, виртуальных выставок, социальных медиа и пр. стали рассматривать в качестве серьезной угрозы бизнесу меньшее количество компаний.

Москва берется за выставки

Сергей Собянин подписал два важных постановления Правительства Москвы, которые, по замыслу, будут способствовать развитию конгрессно-выставочной деятельности в столице. Одним постановлением создается Московский городской совет по конгрессно-выставочной деятельности. Он будет рабочим органом Правительства Москвы, занимающимся развитием конгрессно-выставочной деятельности в городе. В состав совета вошли представители органов исполнительной власти, организаций и общественных объединений, осуществляющих конгрессно-выставочную деятельность на территории Москвы. В качестве эксперта в состав совета вошел президент ЗАО «Крокос Интернэшнл» Арас Агаларов. Другим постановлением создана автономная некоммерческая организация (АНО) «Конгрессно-выставочное бюро Москвы». Правительство Москвы в лице Департамента науки, промышленной политики и предпринимательства от имени города является единственным учредителем АНО. Бюро призвано стать основным инструментом по развитию соответствующего сектора бизнеса в столице. Его деятельность будет направлена на создание крупных проектов на основе объединения усилий различных участников рынка, на привлечение в Москву крупных международных конгрессов и ведущих мировых операторов, занимающихся этим видом деятельности.

Первое заседание совета состоялось в сентябре 2013 г. Его участникам было представлено АНО «Конгресс-бюро г. Москвы». На последующих заседаниях предполагается рассмотреть вопрос о привлечении усилиями Конгресс-бюро в Москву в 2015–2016 гг. крупных международных мероприятий, таких как ежегодная Конференция Международного совета по архивам, Глобальная конференция по расследовательской журналистике, Саммит новых городов, конференция Европейской ассоциации экономистов, работающих в сфере защиты окружающей среды и сохранения ресурсов, целого ряда крупных медицинских форумов и многих других.





16-я международная выставка



Охота Рыбалка ОТДЫХ

20-23 февраля
2014 года
Крокус Экспо



Охота
Рыбалка
Техника
Катера и лодки
АКТИВНЫЙ ОТДЫХ

www.safariexpo.ru



12+

ВЫСТАВИЛСЯ

Правительства стран и региональные власти во всем мире регулярно выделяют бюджетные средства для компенсации расходов предприятий на участие в выставках в своей стране и за рубежом. Денежный дождь обычно проливается на тех, кому он действительно нужен: на малый и средний бизнес, молодые и инновационные предприятия. Самый наглядный пример такого рода – Германия.

Базовый принцип формирования немецких коллективных экспозиций, дотируемых из бюджета, на выставках внутри страны и за рубежом предельно прост: инициатива включения тех или иных мероприятий в перечень выставок целиком, на 100%, принадлежит предприятиям. Делают они это либо самостоятельно, либо через отраслевые ассоциации. Чиновники в этот процесс не вмешиваются.

Программы финансовой поддержки немецких экспонентов существуют в течение десятилетий и стали неотъемлемой частью местной деловой жизни, причем действуют они и на федеральном, и на региональном уровне. Баварский производитель, к примеру, отвечающий определенным требованиям, работающий на рынке менее 10 лет, выпускающий инновационную продукцию и по обороту относящийся к малому бизнесу, может припасть сразу к двум бюджетным источникам – берлинскому и мюнхенскому.

В рамках каждой из программ ежегодно формируются перечни выставок. При этом государственные структуры принимают решение об организации коллективной экспозиции только в том случае, если определенное количество компаний (как правило, 10–15) самостоятельно принимают решение участвовать в данной выставке и готовы оплатить свою часть расходов.

Предприятие вправе обратиться в федеральное или региональное ведомство с соответствующей заявкой самостоятельно либо через отраслевые ассоциации, которые, как правило, в Германии очень сильны и авторитетны. В этом случае создание экспозиции инициирует ассоциация, и уже она обращается в государственные структуры.



Наибольшее число выставок, на которых в 2014 г. будут организованы экспозиции Германии, состоится в Азии (97, в том числе 46 – в Китае и Гонконге). В России запланировано построить 40 немецких экспозиций.

— ПОЛУЧИ!

Помимо этого, в регионах широко распространены программы компенсации расходов предприятий, участвующих в выставках самостоятельно, в индивидуальном порядке, вне каких-либо национальных стендов.

Что в итоге получает экспонент? Конкретные деньги. Он платит фиксированную сумму, которая на 50–80% ниже стоимости аренды площади и сервисных услуг, если их заказывать самостоятельно.

НА ФЕДЕРАЛЬНОМ УРОВНЕ

Основную федеральную программу компенсации выставочных расходов в рамках поддержки выхода на международный рынок молодых инновационных предприятий осуществляет Министерство экономики и технологий (BMWi). Программа предусматривает организацию коллективных экспозиций, на которых представлено не менее 10 предприятий. Участником может стать компания, основанная в Германии, реально работающая на рынке менее 10 лет, численностью до 50 работников и с максимальным годовым оборотом в 10 млн евро. Министерство компенсирует до 80% выставочных затрат.

Первоначально включение выставок в программу BMWi осуществляется на основе рекомендаций отраслевых ассоциаций, которые сообщают, в каких мероприятиях уже участвовали их компании и какие выставки специалисты считают эффективными для продвижения немецкого экспорта.

Техническую сторону дела обеспечивают независимые выставочные операторы, выигравшие соответствующие конкурсы. В абсолютном большинстве случаев они строят единые экспозиции под брендом «Made in Germany» на основе улучшенной стандартной планировки (посетители российских выставок прекрасно с ними знакомы).

Контроль деятельности операторов осуществляет Федеральное ведомство экономики и экспортного контроля (BAFA). Именно эта структура определяет эффективность организации экспозиций на основе обязательного 100%-ного опроса их участников – это вменено в обязанность оператору. Анкета включает самую подробную информацию (контакты, переговоры, предварительные заказы и перспективы сотрудничества), а также оценку выставки и результатов участия в ней.

Важный момент: положенные выплаты поступают на счет экспонента только после того, как оператор подтвердит, что представители данной компании действительно работали на стенде и по завершении выставки заполнили анкету.

Примерно через полгода BAFA рассылает экспонентам новую анкету, в которой просит указать уточненные результаты участия (количество контрактов и заказов по результатам договоренностей, заключенных на стенде), а также сообщить, собирается ли компания вновь участвовать в данной выставке и считает ли правильным строить на ней коллективную экспозицию.



Списки выставок за границей, на которых организуются национальные экспозиции, финансируемые из федерального бюджета, утверждаются на заседании общественного объединения – специальной рабочей группы Комитета немецкой выставочной индустрии AUMA.



Выплаты поступают на счет экспонента только после того, как оператор подтвердит, что представители данной компании действительно работали на стенде и по завершении выставки заполнили анкету.



Исходя из поступающей информации, специалисты немецких федеральных ведомств регулярно подводят итоги действия программы и принимают решения об эффективности участия предприятий в выставках.

Коллективные экспозиции в рамках программы BMWi строятся как внутри страны, так и за границей, при этом, по традиции, основное внимание уделяется зарубежным мероприятиям.

Решения по утверждению списков выставок за границей, на которых организуются национальные экспозиции, финансируемые из федерального бюджета Германии, принимаются на заседании общественного объединения – специальной рабочей группы Комитета немецкой выставочной индустрии AUMA.

Именно на таком заседании в апреле 2013 г. принято решение, что в 2014 г. BMWi должно организовать экспозиции Германии на 235 выставках в 44 странах. На эти цели будет выделено 42,5 млн евро (в 2013 г. в аналогичную программу включены 274 выставки в 43 странах, на них также было выделено 42,5 млн евро).

Распределение по регионам мира выглядит следующим образом: Азия – 97 выставок (в том числе 46 – в Китае и Гонконге), европейские страны за пределами ЕС – 55, Ближний Восток – 27, Северная Америка – 23, Латинская Америка – 16, Африка – 12.

В России запланировано построить 40 немецких экспозиций (в 2013 г. – 56).

В рамках продвижения технологий «зеленой энергетики» дополнительно финансируется 12 экспозиций.

Помимо этого будет утверждена отдельная программа Федерального министерства питания, сельского хозяйства и защиты потребителей (BMELV), в этом году она включает 24 выставки по всему миру.

По сложившейся традиции, окончательно программа утверждается на осеннем заседании рабочей группы AUMA.

Что касается аналогичных немецких экспозиций на выставках внутри Германии, то в 2014 г., согласно программе BVWi, их будет 58. Каждый экспонент сможет получить до 7,5 тыс. евро компенсации (по одной выставке). При этом надо понимать, что и в данном случае министерство ставит цель – продвижение немецкого экспорта, поскольку речь идет о крупнейших мировых смотрах.

НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

В федеральных землях Германии действуют собственные программы финансовой поддержки участия предприятий в бизнес-мероприятиях с целью содействия продвижению продукции местных производителей на национальный и международный рынки. При этом они во многом различаются. Такие программы существуют не во всех федеральных землях.

Берлин. В течение нескольких лет Investitionsbank Berlin (IBB) реализует программу «Открывая новые рынки» для предприятий малого и среднего бизнеса и общественных объединений (торговых палат, ассоциаций и пр.) Главная цель программы – продвижение продукции берлинских предприятий на новые рынки. Компании могут получить гранты на участие в международных выставках, ярмарках, отраслевых конгрессах, конференциях, торговых миссиях и биржах в Германии и за рубежом – при условии, что они не собираются торговать со стенда.

Размеры компенсации – до 15 тыс. евро на выставку и до 5 тыс. евро на участие в конгрессе или другом деловом мероприятии. Исключение – проекты, связанные с кооперацией нескольких предприятий и созданием коллективных экспозиций, в этом случае максимальная сумма дотаций возрастает до 150 тыс. евро.

Бранденбург. Администрация федеральной земли компенсирует до 50% выставочных затрат малых и средних предприятий на аренду площади и застройку экспозиции как при индивидуальном участии, так и при работе в составе коллективной экспозиции. Максимальная сумма выплат – 15 тыс. евро на выставку.

Компенсации подлежат расходы на участие в мероприятиях двух типов – международных выставках внутри Германии и за рубежом (если это не связано с торговлей на стенде), а также в местных региональных выставках, проходящих в небольших городах (Коттбус, Франкфурт-на-Одере, Потсдам и др.), включенных в специальный список.

Бремен. В этом свободном ганзейском городе предприятиям с годовым оборотом менее 10 млн евро и насчитывающим менее 50 сотрудников, могут компенсировать до 50% расходов на индивидуальное участие в любых выставках внутри Германии и за рубежом. Максимальная сумма – 6 тыс. евро в год для европейских выставок и 10 тыс. евро для выставок за пределами Европы. При расчете компенсации учитываются практически все затраты: стоимость аренды площади и строительства стенда, транспортные и страховые расходы, затраты на проживание в гостинице, стоимость привлечения переводчиков и другого временного персонала.

Бавария. Здесь предприятие может получить компенсацию на участие только во внутренних немецких выставках, включенных в специальный перечень, преимущественно – по тематике инноваций и трансфера технологий. В 2013 г. в баварский перечень вошли 16 выставок (в Баварии – 7, в других федеральных землях – 9).

Помощь оказывается при любой форме участия – индивидуальной и на коллективном стенде. Правительство Баварии чрезвычайно щедро: в течение трех лет экспонент может получить до 200 тыс. евро в рамках компенсации 50–60% своих выставочных затрат.

Если суммировать все сказанное, очевидно, что власти Германии имеют четко выверенные программы, эффективность которых для бюджетов всех уровней подсчитана предельно точно.

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



Русьинновация
www.rusinintorg.ru

Напольные буклетницы



Настольные буклетницы

Смотрите на сайте!
Большой выбор по лучшим ценам!

Стенды Pop-Up



Мобильные стенды



Информационные доски, промостолы, штендеры и многое другое!



Ул. Талалихина д. 41, стр. 26, офис 201

Тел.: 8(495) 287-47-43

Выставки, конгрессы,

MARINTEC В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

Опираясь на успех предыдущих выставок морской тематики в Азии, организаторы выставки Marintec – международная выставочная компания UBM Asia, американская торговая компания Seatrade Communications и Шанхайское общество корабельных инженеров и инженеров океана – запускают два проекта в 2014 г.: Marintec Indonesia в Джакарте и Offshore Marintec Russia в Санкт-Петербурге. Выставка Offshore Marintec Russia станет первым специализированным мероприятием, предлагающим исчерпывающую информацию о современных технических средствах, необходимых на всех этапах разработки шельфовых энергетических ресурсов – от геологоразведки и добычи до транспортировки и хранения. Выставка пройдет с 8 по 10 октября 2014 г.

www.ubmasia.com

CEIR

Американский Центр исследовательской выставочной индустрии (CEIR) объявил, что индекс активности выставочной индустрии CEIR за II квартал 2013 г. вырос в США на 1,2%. В I квартале рост выставочной индустрии соответствовал росту ВВП, однако в годовом исчислении выставочная индустрия продолжает немного отставать от реального ВВП. Самый сильный рост во II квартале дал показатель профессиональной посещаемости выставок – на 3,9% (во II квартале предыдущего года он вырос на 2,9%). Уровень реальных доходов выставочных компаний увеличился на 1,4%. Суммарная выставочная площадь нетто не увеличилась (в прошлом году она выросла на 1%). Наконец, количество экспонентов снизилось на 0,5% (в 2012 г. был рост на 0,1%). В целом ожидается, что выставочный рынок покажет в 2013 г. минимальный рост.

<http://www.ceir.org/>

АВТОВЫСТАВКА В КИТАЕ

Успех в 2013 г. китайской Международной выставки по автоэлектронике, аксессуарам и тюнингу (International Expo for Auto Electronics, Accessories, Tuning & Car Care Products – CIAACE), организатором которой является компания YASN International Exhibition Co. Ltd., свидетельствует о развитии рынка послепродажного обслуживания автомобилей в Китае. Выставка разместилась в Международном выставочном центре в Пекине (China International Exhibition Center) и заняла площадь в 250 тыс. кв. м. В выставке приняли участие около 6 тыс. компаний-экспонентов, ее посетили более 220 тыс. специалистов со всего мира. Следующая выставка CIAACE пройдет с 20 по 23 февраля 2014 г. Китайский автомобильный рынок вступил в эру беспрецедентного развития. К концу 2012 г. количество зарегистрированных автомобилей в Китае достигло 118,7 млн единиц, и ожидается, что до конца 2015 г. рынок будет поддерживать темпы роста от 8 до 10%.

www.ciaacexpo.com

форумы



REED PANORAMA

Международная выставочная компания Reed Panorama объявила о запуске выставки логистики Indonesia Transport, Supply Chain & Logistics, которая пройдет вместе с такой же тематической выставкой Intralogistics Indonesia. Премьера выставки состоится с 29 по 31 октября 2014 г. в конгресс-центре Джакарты – Jakarta Convention Centre. Выставка организуется в сотрудничестве с ведущими отраслевыми объединениями Индонезии: Индонезийской торгово-промышленной палатой (KADIN), Ассоциацией логистов и экспедиторов Индонезии (ALFI), а также Индонезийской логистической ассоциацией (ALI). Новое ежегодное мероприятие привлечет около 200 экспонентов и станет постоянной частью выставочного портфеля компании Reed Panorama.

www.reedpanorama.com

CHINA WASTE MANAGEMENT

Международная выставка, посвященная отходам и технологиям переработки (China International Waste Management and Recycling Show–2014), организатором которой выступает компания UBM Sinoexpo, пройдет с 31 марта по 2 апреля 2014 г. Мероприятие состоится одновременно с выставкой моющих средств China Clean Expo–2014 в выставочно-конгрессном центре Шанхая Shanghai World Expo Exhibition & Convention Center. С 2004 г. Китай сделал тему охраны окружающей среды важной частью своей стратегии устойчивого развития, а выставка China International Waste Management and Recycling Show в значительной степени способствовала укреплению рынка технологий переработки.

www.ubmsinoexpo.com

FIERA MILANO

Оборот итальянской выставочной компании Fiera Milano снизился в I полугодии 2013 г. на 14% по сравнению с тем же периодом 2012 г. и составил 138,5 млн евро. Это произошло в основном из-за менее благоприятного выставочного календаря. По словам генерального директора компании Энрико Паззали, низкие результаты Fiera Milano в первой половине 2013 г. связаны с отсутствием в программе в этот период ряда важных выставок с двух- и трехгодичным циклом, а также с серьезным спадом на внутреннем рынке. Операционная прибыль компании в I полугодии 2013 г. составила 5,4 млн евро.

www.fieramilano.it

ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ В ТУРЦИИ

Последние 10 лет в Турции активно развивается туризм здорового образа жизни. Благодаря своему географическому положению Турция может привлечь в год до 1,5 млрд туристов из стран, расположенных в пределах 4 часов полета от нее. В интересах этой огромной индустрии турецкая выставочная компания Turkel Fair Organization Inc. запускает выставку оздоровительного туризма Istanbul Medical Tourism Fair (IMT), которая впервые пройдет с 11 по 13 июня 2014 г. в Стамбульском конгресс-центре.

www.turkel.com.tr



ITE GROUP

Международная выставочная компания ITE Group объявляет о запуске выставки продуктов питания и напитков WorldFood Warsaw в Польше. Первое мероприятие пройдет с 9 по 11 апреля 2014 г. в Международном экспоцентре Expo XXI в Варшаве. Компания ITE считает, что организация экспозиции WorldFood в польской столице является хорошим дополнением к портфелю выставок WorldFood, которые помогают расширить поставки импортных продуктов и напитков. В 2012 г. потребительские расходы Польши на продукты питания составили 297 млн долл. В рамках выставки будет организована экспозиция ингредиентов Ingredients Warsaw, посвященная рынку ингредиентов, специй и добавок.

www.ite-exhibitions.com

АУДИТ В ГЕРМАНИИ

Немецкое общество добровольного контроля статистики выставок и ярмарок (FKM) опубликовало годовой отчет за 2012 г. В нем содержатся сертифицированные данные, которые помогут участникам и посетителям планировать свое участие в выставках. В прошлом году в общей сложности 57 немецких организаторов, членов FKM, провели аудит на 220 выставках. В дополнение к основным данным, таким как количество экспонентов, размер выставочной площади и количество посетителей, на 177 выставках FKM предоставило более подробную информацию о составе посетителей, в том числе их национальность, логику принятия решений и должность в компании.

www.fkm.de

Подготовлено по материалам бюллетеня Всемирной ассоциации выставочной индустрии UFI Exhibition HTML – Newsletter, № 31–34, август–сентябрь 2013 г.



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

BUILDEXPO
Генеральный застройщик МВЦ «Крокус Экспо»

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



3-я международная специализированная выставка
транспортных средств повышенной проходимости

ВЕЗДЕХОД

20-23 февраля 2014 года

МВЦ «Крокус Экспо», II павильон, залы 5 и 6



+7 (495) 727-26-31, www.vezdehod-expo.ru
МВЦ «Крокус Экспо»: 65-66 км МКАД
(пересечение МКАД и Волоколамское шоссе),
станция метро «Мякинино»

12+

реклама

Организатор:

 **Крокус Экспо**
Международный выставочный центр

Генеральные информационные партнеры:

 **АВТО РАДИО**



ТЕСТ-ДРАЙВ

АВТО ПЛЮС

Интернет-партнер:

 **auto.ru**
Автомобили в России

«Крокус Экспо»:



«Очковая оптика»

13-я международная специализированная выставка «Очковая оптика» пройдет с 10 по 13 декабря 2013 г. Организатор выставки – МВЦ «Крокус Экспо». Гости мероприятия ждут большое разнообразие лучших торговых марок, широкий ассортимент изделий, а главное, возможность лично пообщаться со специалистами, способными дать исчерпывающую консультацию по любым вопросам, касающимся оптики. Ожидается, что нынешняя экспозиция будет не менее успешной, чем предыдущая. Площадь 12-й выставки в сентябре 2013 г. составила 13 тыс. кв. м. Свою продукцию представили почти 140 ведущих компаний оптической индустрии из России, Германии, Италии, Южной Кореи, Китая, Латвии и других стран мира.



«Woodex / Лестехпродукция»

13-я международная выставка оборудования и технологий деревообрабатывающей промышленности «Woodex/Лестехпродукция» – ведущая отраслевая выставка компании МВЦ в составе группы компаний ITE. Каждый раз выставка задает тенденции развития отрасли, а в процессе переговоров достигаются важные стратегические цели. С 26 по 29 ноября 2013 г. ведущие мировые производители, дистрибьюторы и дилеры оборудования для лесопромышленного комплекса и мебельного производства продемонстрируют последние новинки в области деревообработки.

«Силовая электроника–2013»

С 26 по 28 ноября 2013 г. в МВЦ «Крокус Экспо» в 10-й раз пройдут международная выставка и конференция «Силовая электроника». Организатор проекта – компании «Примэкспо» и ITE. Это единственная специализированная выставка в России, которая демонстрирует полный спектр разработок и готовых решений в области силовой электроники для энергетики и энергосбережения, транспортного машиностроения, военно-промышленного комплекса и других секторов экономики. Экспозиционная составляющая выставки органично сочетается с обширной деловой программой, в рамках которой запланировано обсуждение целого ряда актуальных и крайне значимых проблем электроэнергетической отрасли.

день за днем



«Мосшуз»

Очередная зимняя международная специализированная выставка обуви, сумок и аксессуаров «Мосшуз» пройдет с 13 по 16 января 2014 г. Проект «Мосшуз» ведет свою историю с 1997 г. Сегодня это самая крупная выставка обуви в Восточной Европе. Организатор выставки, компания «МосШуз», дает возможность иностранным и российским обувным фирмам представить свои самые перспективные коллекции на следующий сезон. Регулярно в выставке «Мосшуз» принимают участие около 500 ведущих компаний из многих стран мира. В рамках выставки организуется обширная деловая программа, которая включает конференции, семинары по актуальным для специалистов отрасли вопросам, а также показы коллекций.



«Вся недвижимость мира»

Международная выставка-форум «Вся недвижимость мира» проводится дважды в год. Осенняя состоится с 22 по 24 ноября 2013 г. Организатор – компания «МБ Экспо». Основная тематика экспозиции – зарубежная и российская недвижимость, инвестиции, архитектура и дизайн, загородная недвижимость, ипотечное кредитование, коммерческая и жилая недвижимость, юридические и консалтинговые услуги и многое другое. Этой осенью на выставке свои предложения по жилой и коммерческой недвижимости представят экспоненты из более 40 стран мира. Популярные направления среди российских покупателей – Болгария, Испания, Италия, Турция, Черногория.

ОДНО СПЛОШНОЕ

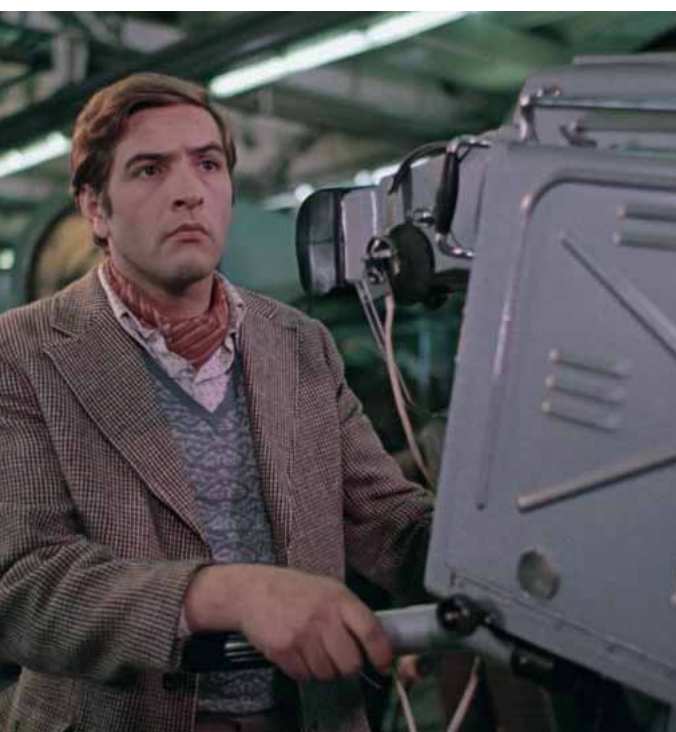
При поддержке
Федерального агентства по
печати и массовым
коммуникациям и
Правительства Москвы в МВЦ
«Крокус Экспо» состоится
выставка «NATEXPO–2013:
всё для высококачественных
информационных услуг».

«Телевидение перевернет жизнь человечества. Не будет ни книг, ни кино, ни театра, будет одно сплошное телевидение», – так говорил в 1980 г. незадачливый герой фильма «Москва слезам не верит». Дух Рудика Рачкова, несомненно, будет витать с 19 по 21 ноября 2013 г. в МВЦ «Крокус Экспо» среди экспонатов выставки NATEXPO. Представляете, какими глазами в те годы смотрели бы работники прогрессивного советского ТВ, стоявшие у истоков, на современное оборудование, дающее поистине неисчерпаемые творческие и технические возможности профессионалам теле-, радио-, интернет-вещания и кинопроизводства? Существует, правда, мнение, что все эти чудеса недолго будут востребованы, ведь телевидение якобы умирает, его аудитория все активнее перемещается в Интернет. Как сегодня сказал бы Рудик, будет один сплошной Интернет. Однако в Интернете пользователь сразу же снова попадает в привычные и такие уютные объятия все того же «умирающего» телевидения. Ведь подавляющее количество роликов на Youtube – это фрагменты телевизионных программ, а торренты так и вовсе полностью состоят из записей телепередач и художественных фильмов. Выходит, что люди, которые говорят, что телевизор не смотрят, на самом деле с каждым годом все активнее потребляют телевизионную продукцию.

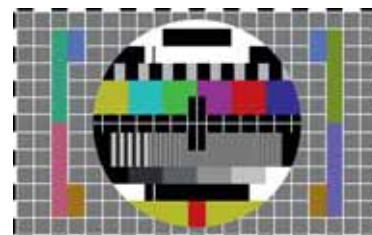
Проект NATEXPO создан Национальной ассоциацией телерадиовещателей (NAT) при непосредственном участии крупнейших российских компаний, работающих в сфере телерадиоиндустрии. Уже не первый год он проводится при поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям в партнерстве с Национальной ассоциацией вещателей США (NAB USA). NATEXPO – проект, призванный объединить и систематизировать индустриальное развитие российских электронных средств массовой информации и связи. В отличие от предыдущих узкоспециализированных выставок профессионального оборудования, NATEXPO объединяет под одной крышей не только производителей технических средств и новых технологий, но и разработчиков программных продуктов, необходимых для электронных СМИ.

Также на выставке будут стенды смежных отраслей – спутникового и кабельного телевидения, широкополосных средств мультимедиа, цифрового кинематографа. Такой масштаб и технологическая насыщенность выставки предъявляют особые повышенные требования к площадке. Поэтому, начиная с этого года, мероприятие будет проводиться в МВЦ «Крокус Экспо», ведь уникальные технические возможности этого выставочного центра полностью соответствуют сложным задачам, которые приходится решать на мероприятиях такого уровня.

Технологии определяют стратегию – таков тренд отрасли в последнее время. Переход на цифровые технологии в мировом масштабе требует новой техники, оборудования, технологий, позволяющих максимально детализировать видеоизображение, создавать ощущение полного погружения в происходящее на экране, достигать максимального комфорта в использовании видео вне стационарного просмотра, оптимизировать процессы производства и доставки контента до потребителя.



ТЕЛЕВИДЕНИЕ



Александр ЖАРОВ, руководитель Роскомнадзора:

– За время своего существования выставка NATEXPO зарекомендовала себя востребованной у профессионального сообщества площадкой для презентации и обсуждения современных вещательных технологий, особенностей их внедрения в Российской Федерации для достижения главной цели – предоставления гражданам страны высококачественных информационных услуг.

Масштаб и технологическая насыщенность выставки предъявляют повышенные требования к площадке. Поэтому, начиная с этого года, мероприятие будет проводиться в МВЦ «Крокус Экспо».

Одна из тенденций телевидения будущего – его мобильность. Помимо станций спутниковой связи появляются компактные аппараты прямой телевизионной связи, которые умещаются в небольшом рюкзаке и весят лишь несколько килограммов. Сейчас разработчики совершенствуют качество картинки, передаваемое подобными устройствами. Тренд объемного видеоизображения 3D начинает уступать телевидению ультравысокой четкости с разрешением 2K и 4K. Телевидение высокой четкости все больше начинает проникать в спорт. Эксперты даже шутят: «Скоро можно будет увидеть легкие пловца на старте». Но это пока фантазии, а реальность – внедрение экшн-камер. Самой передовой и мощной портативной видеокамерой сегодня признают GoPro HD HERO 3, ее называют революцией в мире экшн-видеосъемки. Разработчики GoPro представляют на выставке настоящий шедевр, превосходящий по всем параметрам уже ставшую легендарной HERO 2: новая камера на 30% компактнее, на 25% легче и в два раза мощнее. Кроме того, ее чувствительность в темноте возросла вдвое и на столько же уменьшилось количество шумов и искажений. Эта камера оснащена еще и встроенным Wi-Fi-модулем.

На выставке будет представлено студийное, съемочное и звукозаписывающее оборудование, техника для обработки и монтажа аудио-и видеопродуции, передвижные телевизионные станции, кабельные системы, комплексы и программное обеспечение автоматизации телерадиовещания, системная интеграция «под ключ» любой сложности, оборудование для технического обеспечения проведения медиа-измерений, профессиональный свет, IPTV, HDTV, мобильное, цифровое спутниковое ТВ и многое другое. На стендах участников пройдут мастер-классы и презентации. Их посещение наверняка будет полезно не только молодым специалистам, но и студентам профильных вузов.

Ирина КОНДРАШОВА

В рамках выставки пройдет XVII Международный конгресс Национальной ассоциации телерадиовещателей. Главной темой станет освещение Олимпийских игр. Участники обсудят технологии показа церемоний открытия и закрытия Игр, горнолыжных соревнований, Паралимпийских игр.



КРАСИВЫМ БЫТЬ

На выставке INTERCHARM можно будет увидеть новинки индустрии красоты, получить знания в области прикладной эстетики, косметологии, ногтевого сервиса и управлении салонным бизнесом. Всё, что может предложить рынку современная парфюмерно-косметическая отрасль, будет представлено на стендах в МВЦ «Крокус Экспо».



История косметологии насчитывает тысячи лет. Искусство украшения собственного тела уходит своими корнями в глубину веков. Однако первые попытки изменения собственной внешности носили больше не эстетический, а функциональный характер. Это было связано с необходимостью соблюдения личной гигиены и выполнения ритуальных обрядов. Косметика широко применялась в Древнем Египте. В пирамидах, в гробницах фараонов, сохранились туалетные коробочки с набором пузырьков, баночек, тарелочек, туалетных ложечек, горшочков. Многие косметические средства имели не только декоративные, но и, как выяснилось, лечебные свойства.

Опыт египтян переняли и дополнили греки. В Древней Греции даже существовала специальная профессия – космет. К космету обращались за помощью женщины, имеющие так называемые косметические недостатки. Специалистами по косметике считались жрецы, владеющие искусством изготовления красок и других косметических средств. Специалист помогал молодым кокеткам осваивать тонкости использования декоративных и лечебных составов, советовал, как лучше скрыть те или иные недостатки и подчеркнуть достоинства внешности. Основной акцент делался не на здоровье кожи, а на применении правильно подобранного грима. Косметика служила в первую очередь не целебным, а маскирующим средством.

Греческий врач Гиппократ и римский врач Гален оставили потомкам многочисленные труды, посвященные проблемам восстановления и сохранения красоты человеческого тела, а также рецепты приготовления многочисленных косметических средств. XVII–XVIII века стали эпохой популярности пудры и различных парфюмерных композиций. В это же время учение о красоте постепенно начало приобретать статус отдельно оформившейся науки, чему способствовал накопленный многовековой опыт о различных косметических проблемах и способах борьбы с ними. Окончательно сформировалась как наука и получила своё название косметология примерно в конце XIX – начале XX века. Она стала изучать методы и способы совершенствования внешности человека. Основным постулатом данной науки было следующее: не существует абсолютно некрасивых людей. Для любого из них можно подобрать лечебную и декоративную косметику, которая поможет сгладить недостатки и выгодно подчеркнуть несомненные достоинства внешности, отвлечь внимание от «неудачных» черт и выделить привлекательные.

Трудно сказать, что нам подарит следующее тысячелетие, но увидеть, чего достигла эта отрасль за последнее время, можно уже сейчас.

С 27 по 30 ноября 2013 г. в 3-м павильоне МВЦ «Крокус Экспо» будет проходить международная выставка парфюмерии и косметики INTERCHARM. Организатором является крупнейший международный выставочный оператор Reed Exhibitions.

Мероприятие позволяет увидеть последние достижения современной индустрии красоты, получить теоретические и практические знания в области прикладной эстетики, косметологии, ногтевого сервиса и управлении салонным бизнесом, уловить современные тенденции отрасли, обменяться опытом работы в салонной индустрии. Профессиональные обучающие программы для специалистов стали своеобразной

НЕ ЗАПРЕТИШЬ



Первые упоминания о косметических средствах приходятся на III–II тысячелетие до н. э. При раскопках в Египте были обнаружены первые кремы, краски из сурьмы и сажи для век.



визитной карточкой INTERCHARM. Уже второй десяток лет выставка служит эффективной бизнес-площадкой для профессионалов и трамплином для зарубежных компаний, желающих открыть для себя перспективы новых рынков.

В наши дни индустрия красоты – это весомый игрок на международном рынке услуг. Парфюмерно-косметический рынок России – один из наиболее быстро развивающихся в мире и один из крупнейших потребительских рынков Европы. Темпы его роста в среднем составляют 10–15% в год. С одной стороны, это связано со стремительным развитием технологий, с другой – с постоянно растущим потребительским спросом. Этот рынок тесно связан с модной индустрией, он черпает вдохновение из ее основных принципов – максимально приблизить человека к идеалам красоты. Повышается профессионализм работников индустрии красоты в России, расширяется список услуг и программ, предоставляемых салонами красоты как в ценовом сегменте «люкс», так и в сегменте «средний класс».

По мнению аналитиков, одним из перспективных направлений развития парфюмерно-косметического рынка России являются элитная косметика и косметика класса «люкс», в том числе и селективная косметика, детская косметика, косметика для мужчин, anti-age косметика, SPA-косметика и SPF-косметика.

Другое направление – это продвижение на рынок «именной» парфюмерии от известных политиков, звезд телевидения и шоу-бизнеса. Развитие «именной» (брендовой) косметики и парфюмерии становится ещё более актуальным в связи с увеличением потребительского спроса на новинки. Сейчас оборот магазинов наполовину делается именно за счет новинок – такая ситуация сложилась во всем мире.

Ирина КОНДРАШОВА

В конце X века, поддавшись влиянию Византии, знатные русские и украинские женщины неумело много белились и румянились. Красивые от природы, они совершенно искажали свои лица, накладывая на щеки столько краски, что казалось, будто кто-то размалевал их кистью. Деревенские девчата щеки румянили свёклой, а брови чернили сажой и углём.

Парфюмерия и косметика

Выставка, организатор	Время проведения	Место проведения	Контакты
COSMETICA HANNOVER Deutsche Messe AG Hannover	25–26.01.14	Германия Ганновер	www.messe.de; info@messe.de тел. +49 (0)511 89 0; факс +49 (0)511 89 32626
HEALTH & BEAUTY SCANDINAVIA Norges Varemesse	7–9.02.14	Норвегия Лиллестром	www.messe.no; nv@messe.no тел. +47 6693 9100; факс +47 6693 9101
INTERBEAUTY Incheba Jsc	14–16.02.14	Словакия Братислава	www.incheba.sk; incheba@incheba.sk тел.: +421 2 6727 1111; факс: +421 2 6241 1838
PROFESSIONAL BEAUTY – LONDON Professional Beauty Show	22–24.02.14	Великобритания Лондон	www.professionalbeauty.co.uk; info@professionalbeauty.co.uk тел./факс +44 (0) 20 7351 0536
BEAUTY MARKET INDIA Images Group	24–25.02.14	Индия Мумбаи	www.imagesgroup.in; info@imagesgroup.in тел. +91 11 4052 5000; факс +91 11 4052 5001
BEAUTY DAYS Zagreb Fair	7–9.03.14	Хорватия Загреб	www.zv.hr; zagvel@zv.hr тел. +385 (0)1 6503 111; факс +385 (0)1 6550 619
COSMOBELLEZA Grupo Cosmabelleza	8–10.03.14	Испания Барселона	www.feriacosmabelleza.com; comunicacion@cosmabelleza.com тел. +34 93 241 4690; факс +34 93 200 1544
MONDIAL SPA & BEAUTÉ Cabines Ltd. France	15–17.03.14	Франция Париж	www.msbparis.com; info@mondialspaetbeaute.com тел. +33 (0)4 9306 5878; факс +33 (0)4 9228 0843
BEAUTY INTERNATIONAL Messe Düsseldorf GmbH	21–23.03.14	Германия Дюссельдорф	www.messe-duesseldorf.de; info@messe-duesseldorf.de тел. +49 211 4560 900; факс +49 211 4560 668
AMERICA'S BEAUTY SHOW America's Beauty Show	22–24.03.14	США Чикаго	www.americasbeautyshow.com; info@AmericasBeautyShow.com тел. +1 312 321 6809; факс +1 312 245 1080
BEAUTY PROFESSIONAL MALAYSIA Comexposium	24–27.03.14	Малайзия Куала-Лумпур	www.comexposium.com; infos@exposium.fr тел. +33 (0)1 7677 1111; факс +33 (0)1 7677 1212
BEAUTYWORLD JAPAN FUKUOKA Messe Frankfurt GmbH	24–25.03.14	Япония Фукуока	www.messefrankfurt.com; info@messefrankfurt.com тел. +49 69 7575 0; факс +49 69 7575 6433
BEAUTY FAIR ISTANBUL Tüyap Fairs and Exhibitions Organization Inc.	3–6.04.14	Турция Стамбул	www.tuyap.com.tr; sales@tuyap.com.tr тел. +90 212 867 1100; факс +90 212 886 9399
COSMOPROF Sogecos Spa	4–7.04.14	Италия Болонья	www.cosmoprof.com; sogecos@cosmoprof.it тел. +39 02 796420; факс +39 02 795036
BEAUTY FORUM LEIPZIG Health and Beauty Holding (Europe) GmbH	5–6.04.14	Германия Лейпциг	www.health-and-beauty.com; info@health-and-beauty.com тел./факс +49 721 165 0
INTERCHARM PROFESSIONAL Reed Elsevier Russia LLC	17–19.04.14	Россия Москва	www.intercharm.ru; evgenia.guseva@reedexpo.ru тел. +7 495 937 6861; факс +7 495 937 6862
BEAUTY VISION Poznan International Fair	26–27.04.14	Польша Познань	www.mtp.pl; info@mtp.pl тел. +48 61 869 2000; факс +48 61 869 2999
HAIR & BEAUTY Messe Frankfurt GmbH	3–5.05.14	Германия Франкфурт-на-Майне	www.messefrankfurt.com; info@messefrankfurt.com тел. +49 69 7575 0; факс +49 69 7575 6433
CHINA BEAUTY EXPO China Beauty Expo	7–9.05.14	Китай Шанхай	www.chinabeautyexpo.com; exhibitions@chinabeautyexpo.com тел. +86 21 5308 2133; факс +86 21 5308 2151
COSMOFARMA Bologna Fiere	9–11.05.14	Италия Болонья	www.bolognafiere.it; bolognafiere@bolognafiere.it тел. +39 (0)5 1282 111; факс +39 (0)5 1282 332
EXPOCOSMÉTICA Exponor	10–12.05.14	Португалия Порто	www.exponor.pt; info@exponor.pt тел. +351 22 998 1400; факс +351 22 995 7499
FCE COSMETIQUE NürnbergMesse Brasil	12–14.05.14	Бразилия Сан-Паулу	www.nuernbergmesse-brasil.com.br; glass@nm-brasil.com.br тел. +55 11 3205 5000; факс +55 11 3205 5070
BEAUTYWORLD JAPAN Messe Frankfurt GmbH	12–21.05.14	Япония Токио	www.messefrankfurt.com; info@messefrankfurt.com тел. +49 69 7575 0; факс +49 69 7575 6433
IBE – INTERNATIONAL BEAUTY EXPO Elite Expo Sdn Bhd	17–20.05.14	Малайзия Куала-Лумпур	www.elite.com.my; exhibition@elite.com.my тел. +603 9058 8772; факс +603 9058 8773
BEAUTYWORLD MIDDLE EAST Epic Messe Frankfurt GmbH	27–29.05.14	ОАЭ Дубай	www.messefrankfurtme.com; info@messefrankfurt.com тел. +971 4 3380 102; факс +971 4 3385 272
COSMETIC BUSINESS Messe München GmbH	5–6.06.14	Германия Мюнхен	www.messe-muenchen.de; info@messe-muenchen.de тел. +49 899 492 0720; факс +49 899 492 0729
HAIR EXPO AUSTRALIA Reed Exhibitions Australia	7–9.06.14	Австралия Сидней	www.reedexpo.com.au; inquiry@reedexhibitions.com тел. +61 2 9422 2500; факс +61 2 9422 2555
HBA GLOBAL EXPO HBA Global Expo	10–12.06.14	США Нью-Йорк	www.hbaexpo.com тел. +1 212 600 3000; факс +1 212 600 3013
COSMETICS BEAUTY HAIR Romexpo	25–28.09.14	Румыния Бухарест	www.romexpo.ro; romexpo@romexpo.ro тел. +40 21 207 7000; факс +40 21 207 7070
TECHNOPHARM Nürnberg Messe GmbH	30.09 – 2.10.14	Германия Нюрнберг	www.m.technopharm.de; info@nuernbergmesse.de тел. +49 (0) 911 8606 0; факс +49 (0) 911 8606 8228
SALON LOOK INTERNACIONAL Ifema	17–19.10.14	Испания Мадрид	www.ifema.es; salonlook@ifema.es тел. +34 91 722 3000; факс +34 91 722 5764



Достойные решения для вашего дома

МЕБЕЛЬ | САНТЕХНИКА | СВЕТ | ПРЕДМЕТЫ ДЕКОРА | ОРАНЖЕРЕЯ



УЗНАВАЙТЕ ОБ АКЦИЯХ
И НОВОСТЯХ ПЕРВЫМИ!

[f](#) [t](#) [i](#) [vk](#) / tvoy_dom

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН
Более 8000 товаров Online
www.tvoydom.ru

ТВОЙ ДОМ

всё лучшее в нём

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

КОТОПЁС

Любители собак и кошек – особый народ. Некоторые владельцы этих замечательных животных склонны очеловечивать своих любимцев и баловать их едва ли не больше, чем детей. Конечно же, для животных, обладающих, по мнению хозяев, человеческой ментальностью, создаются и покупаются специальные мисочки, одёжки, ошейники, украшения, средства ухода и многое другое.



Рисунок на кошачьем или собачьем носу настолько же уникален, как и отпечаток человеческого пальца.



И ДРУГИЕ

Для того чтобы домашний питомец ни в чем не нуждался, чтобы душа собачника-кошатника развернулась в полную силу, многим даже не хватает ассортимента большого зоомагазина. То ли дело выставка в крупнейшем выставочном комплексе!

Для всех любителей братьев наших меньших под крышей павильонов МВЦ «Крокус Экспо» пройдут сразу три тематические выставки. 23–24 ноября, 14–15 декабря в 3-м павильоне пройдет выставка-продажа щенков и котят самых разных пород «БЭСТИКИ ШОУ», а 7–8 декабря – XII Международная выставка кошек «Гран-при ROYAL CANIN». Организаторы «БЭСТИКИ ШОУ» – Клуб объединённых питомников «БЭСТИКИ», Москва. Данный проект является уникальным для всех заводчиков собак и кошек, а также для тех, кто хочет стать счастливым обладателем четвероногого друга. Более 80 профессиональных заводчиков с радостью помогут найти самого преданного и ласкового домашнего любимца. Если же в доме уже есть четвероногий друг, на «БЭСТИКИ ШОУ» найдется всё, что ему нужно. В выставке участвуют лучшие производители товаров для животных, у которых можно приобрести корм, средства по уходу, одежду, переноски и многое другое.



Самая маленькая кошка, занесенная в Книгу рекордов Гиннеса, – гималайско-персидский блюпойнт Тинкер Той. Во взрослом состоянии ее длина составила только 19 см.



Известнейший режиссёр Альфред Хичкок любил силихем-терьеров. Английский создатель легендарных психологических триллеров был владельцем, по меньшей мере, четырех собак этой породы на протяжении своей жизни. С двумя из них он появился в маленькой эпизодической роли в триллере «Птицы».



Из всех писателей самым главным кошачником являлся Эрнест Хемингуэй. Кошки Хемингуэя настолько известны, что про них была издана отдельная книга. В 1930-х годах, когда Хемингуэй жил в своем особняке в Ки-Уэст, ему подарили шестипалого кота по кличке Снежок. С тех пор кошки настолько размножились, что десятки шестипалых потомков Снежка можно увидеть в окрестностях особняка старины Хэма и сегодня, а в самом доме-музее живут 40 кошек, за которыми заботливо ухаживают.

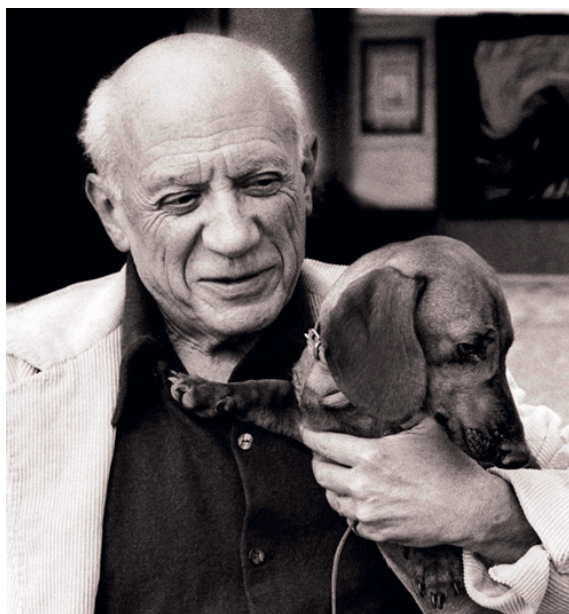
Международная выставка кошек «Гран-при ROYAL CANIN» – крупнейшая ежегодная многосистемная выставка кошек. Организатором и генеральным спонсором выставки является компания «ROYAL CANIN», работающая в тесном сотрудничестве с эколого-валеологическим фондом «Содружество».

Первые домашние собаки появились 10 тыс. лет назад. Кошка была приручена на 7 тыс. лет позднее. Считается, что предками собак были волки, которые приходили к поселениям людей. Семейство кошачьих происходит от одного общего предка.

Собаки и кошки уже много тысячелетий тесно связаны с миром людей. Сколькие из них запечатлены в произведениях искусства, а некоторым даже удалось приложить лапу к их созданию.

Когда мы говорим о великих деятелях искусства, то зачастую за их произведениями не видим человеческую личность со своими страстями и интересами. А ведь домашние животные часто становятся наиболее важными существами в жизни творческих людей. Так, известный режиссер Стэнли Кубрик любил кошек и часто приносил их на съемочную площадку или в монтажную. Однажды в интервью он высказал мысль, что верит в экстрасенсорные способности кошек. Энди Уорхола часто фотографировали вместе с его таксой Арчи. Поначалу художник любил котов, но позднее переключился на собак. Настолько, что некоторое время Арчи даже был ответственен за ответы на вопросы в интервью, когда его хозяин отказывался общаться с журналистами. Художник Рене Магритт и его жена Жоржетта Бергер были владельцами собаки, с которой часто посещали выставки и





Пабло Пикассо и его такса по кличке Шишка были неразлучными друзьями. Пес изначально принадлежал фотожурналисту Дэвиду Дугласу Дункану. Как только Дункан увидел, насколько тесна связь между собакой и Пикассо, то согласился отдать животное художнику. Собака была допущена в мастерскую художника, когда он рисовал, и изображена на многих работах. Проведя шестнадцать лет вместе, Пикассо и Шишка умерли с разницей всего в неделю, в апреле 1973 г.

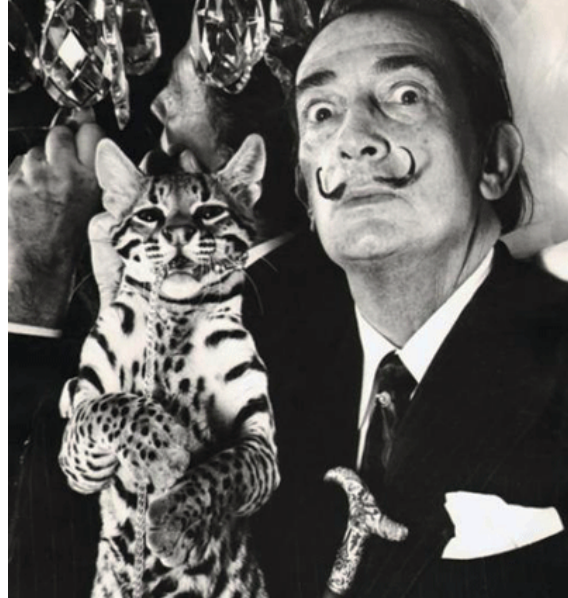


Энди Уорхола часто фотографировали вместе с его таксой Арчи.

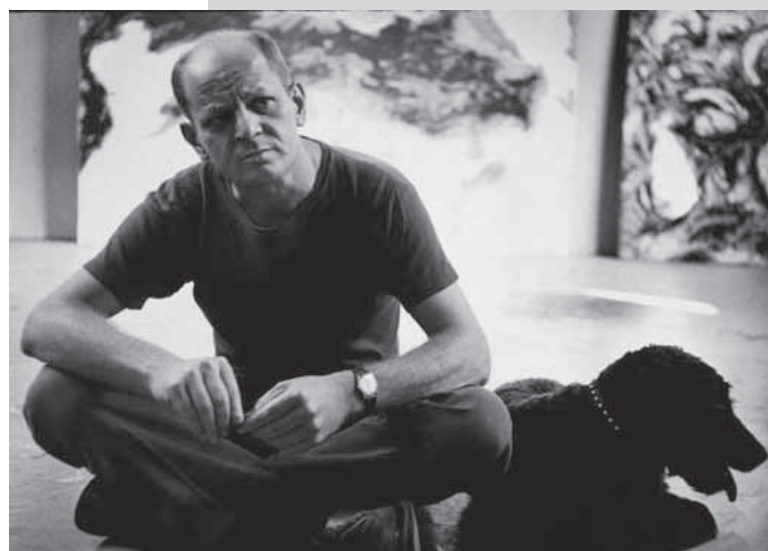
различные мероприятия. Пол Саймон даже написал песню «Рене Магритт и Жоржетта с собакой после войны». Мало кто из фотографов мог соперничать с Анри Картье-Брессоном – отцом фотожурналистики, известным своей способностью схватить «решающий момент». Анри считал себя анархистом, поэтому ему нравились кошки, которые, по его мнению, знали толк в анархии. Великий Сальвадор Дали во всём был уникален, в том числе и в своих привязанностях. Дали обожал Бабу, своего любимого оцелота. Оцелот – хищная кошка, обитающая в Америке. Он брал Бабу с собой во многие места, в том числе на роскошный круиз на пароходе во Францию.

Ирина КОНДРАШОВА

Сальвадор Дали никогда не расставался со своим оцелотом.



У английского художника Дэвида Хокни есть целый альбом с картинами, изображающими его двух такс, Стэнли и Буги. Он считает своих собак вдохновителями лучших работ. Вот, что он говорит о них: «Я замечаю мягкие формы, которые они создают вместе, их печаль и их радости. Поскольку они живут в Голливуде, то, похоже, в курсе, когда картина сделана. Ещё один художник, любивший собак – Джексон Поллок, – жил на Лонг-Айленде со своей женой-художницей Ли Кранер. У них было две собаки: Джип и Ахава.



САНТА К НАМ

Скоро Рождество и Новый год. Дети и взрослые будут с нетерпением ожидать подарков от Деда Мороза, Санта-Клауса и прочих Йоулупукки. В разных странах этого доброго старика зовут по-разному. Но самый известный в мире, пожалуй, все-таки Санта-Клаус. И не потому, что он щедрее своих коллег, а потому, что уже давно превратился в один из самых успешных мире коммерческих брендов.

Сегодня и мал, и стар – все знают, что Санта-Клаус живет в Лапландии и выезжает оттуда на оленях только под Рождество. Между тем, в самой Финляндии, где и находится Лапландия, местного деда мороза зовут Йоулупукки («Йоулу» – Рождество, «пукки» – козел. Много лет назад он носил козлиную шкуру и подарки развозил на козлик), так что Санта-Клаус, судя по всему, находится там на правах мигранта. Как же он попал в Лапландию и кто он вообще, этот толстый весельчак в красной куртке?

Историки утверждают, что прототип этого персонажа родом с жаркого юга, из Малой Азии.

РОДОМ ИЗ ЛЕГЕНДЫ

В III в. в городе Патара (территория современной Турции) родился будущий епископ Николаус. Он посвятил свою жизнь служению людям, проявляя особую заботу о бедняках и детях. Как гласит легенда, возвращаясь домой в предрождественский вечер, Николаус случайно услышал, как одна из трех сестер в бедной семье предложила родным продать ее в рабство, а на вырученные деньги купить приданое двум сестрам, чтобы они смогли выйти замуж. Добрый Николаус был тронут таким благородством и подбросил через дымовую трубу кошелек с деньгами. Кошелек, конечно же, упал в один из вязаных чулок, сушившихся у огня. Девушки решили, что золото упало с неба в ответ на их мольбы.

Старшая дочь вышла вскоре замуж, а ее сестра на следующий год перед Рождеством также повесила свой чулок у камина, и снова в нем наутро оказался кошелек с деньгами. То же произошло еще через год и с третьей сестрой. По городу и окрестностям распространились слухи, что невидимый святой помогает перед Рождеством тем людям, которые заслужили это своими добрыми делами в течение года. Николаус решил продолжить свое доброе начинание и каждый год помогать тем семьям,

Как утверждают специалисты, толстячок в красном колпаке и такого же цвета шароварах и курточке, стал самой дешевой и самой рентабельной фотомodelью из всех, которые знала история рекламного бизнеса.





ПРИХОДИТ...



которые особенно нуждались. Кроме того, он оставлял орехи, сласти и фрукты в детской обуви, которую обычно оставляли на ночь у порога.

Но секрет Николауса вскоре был раскрыт, горожане узнали, что дары не сыплются с неба, а их приносит их добрый епископ, и решили отныне дарить друг другу подарки сами, не ожидая благоденствия свыше. Отсюда, гласит легенда, и появилась традиция одаривать друг друга подарками на Рождество, а также вывешивать для подарков чулки и выстав- лять обувь.

После смерти епископ был канонизирован, то есть причислен к лику святых. В России он известен как Николай Чудотворец или Николай Угодник. Таким образом объясняется появление слова «санта», или святой, в имени нашего героя.

В СТИХАХ И ПРОЗЕ

История умалчивает, каким образом добрая традиция распространилась на весь римско-католический мир. С годами Святой Николаус преобразился из священнослужителя в добродушного старика, а его история обросла множеством деталей и подробностей в зависимости от традиций разных народов.

Существует несколько версий того, как Святой Николаус стал Санта-Клаусом. Некоторые лингвисты считают, что англоязычный Санта-Клаус появился из-за того, что маленьким детям было трудно произносить длинное сложное имя, вот Николаус и стал Клаусом. Есть и другие версии этой трансформации. Так, некоторые считают, что английские, немецкие и голландские поселенцы привезли в Северную Америку свои представления о добром святом, раздающем подарки на Рождество. Наибольшей популярностью стала пользоваться фигура голландского Sinterklaas. Имя англицизировалось и превратилось в Санта-Клауса.

В Италии к детям приходит старушка Бефана. В новогоднюю ночь она прилетает в дома через дымоход и приносит хорошим детям подарки, а непослушным достается только зола.



В Стране Басков под Рождество приходит Олентцero. Он одет в национальную домотканую одежду и носит с собой фляжку хорошего испанского вина.



В 1862 г. Санта-Клаус впервые появился на обложке журнала Harper's weekly.



Дед Мороз

- Старик.
- Высокий, худощавый, но сильный.
- Суровый, величавый, не улыбающийся, но добрый и справедливый.
- Длинные густые седые и растрёпанные ветром борода и волосы.
- В старинной русской боярской шапке.
- В длинном тулупе до пят, традиционно голубого либо серебряного цвета, иногда в красном.
- Штаны обычно спрятаны под шубой, их редко видят. Льняные штаны и рубашка у Деда Мороза белые либо украшены белым орнаментом.
- Подпоясан широким поясом.
- Расшитые рукавицы.
- Без очков.
- Опирается на длинный серебряный посох.
- Обут в валенки.
- Приезжает на санях, в которые запряжена тройка лошадей.
- Родился и живет в Великом Устюге.
- Его сопровождает внучка – Снегурочка.
- Входит через дверь и вручает подарки лично в руки, после того, как его три раза позовут дети, или же тайно кладет подарки под ёлку в новогоднюю ночь.



В Эстонии Деда Мороза зовут Йыулувана, и он похож на своего финского родственника Йоулупукки. В Швеции два деда мороза: сутулый дед с шишковатым носом Юлтомтен и карлик Юлниссаар. И тот, и другой под Новый год ходят по домам и оставляют подарки на подоконниках.

Как бы то ни было, имя Санта-Клаус впервые зафиксировано в 1773 г., а первое литературное описание образа принадлежит некоему Уильяму Джилли. В 1822 г. появился стихотворный отчет о визите Санта-Клауса с подробным описанием внешности и повадок этого персонажа. Произведение под названием «Рождество на пороге, или Визит Санта-Клауса», вышло из-под пера преподавателя семинарии Клемента Кларка Мура, который изобразил в нем своего слугу – упитанного, жизнерадостного голландца. В стихотворении Санта изображен весельчаком с круглым брюшком, приезжающим на восьми оленях и проникающим в дом через дымоход, чтобы порадовать детишек подарками.

В 1862 г. Санта-Клаус впервые появился на обложке журнала Harper's weekly. Его нарисовал карикатурист Томас Наст. Автор черно-белого рисунка изобразил его в меховой одежде и поселил на Северном полюсе (в Лапландию Санта переехал в XX в., когда ООН в 1984 г. официально провозгласила Лапландию «Землей Санта-Клауса»). Там расположена его резиденция, где он живет круглый год вместе с помощниками-гномами. Туда ему пишут дети со всего мира). А в красный полушубок Санта-Клауса одел в 1885 г. Луис Пранг, который перенес в Америку недавно зародившийся в Британии обычай поздравлять друг друга с помощью рождественских открыток.

Все деды морозы приносят подарки, но каждый делает это по-своему: российский Дед Мороз кладет подарок под ёлку. В носке обнаруживают подарки англичане и ирландцы, а в ботинке – мексиканцы. Новогодние подарки сваливаются в дымоход во Франции, а на балкон – в Испании. В Швеции дед мороз подкладывает подарки к печке, а в Германии оставляет на подоконнике.





Санта-Клаус

- Мужчина средних лет.
- Низкий, полноватый.
- Добродушный весельчак.
- Зачастую борода коротко подстрижена, а волосы кудрявые.
- В остроконечном колпаке с помпоном.
- В коротком красном полушубке.
- Короткие красные штаны.
- Подпоясан кожаным ремнем с пряжкой.
- Тонкие белые перчатки, как у бильярдиста.
- Зачастую в очках-«велосипедах».
- Возможен посох католического епископа с загнутым верхом.
- Обут в кожаные сапоги, как правило, чёрные.
- Путешествует на оленях.
- Живет в Лапландии или на Северном полюсе.
- Приходит один, хотя иногда его могут сопровождать гномы и эльфы.
- Забирается через трубу и доставляет подарки по специально приготовленным для него носкам, чулкам и ботинкам.

На Кипре
деда
мороза
зовут
Василий.



ЗА ДЕЛО БЕРЕТСЯ «КОКА-КОЛА»

Возможно, Санта-Клаус так и остался бы чисто региональным персонажем, как какой-нибудь Юлетомте в Дании, Пер Ноэль во Франции или Увлин Увгун в Монголии, если бы за дело не взялась «Кока-Кола», компания, буквально завоевавшая весь мир.

Знакомый сегодня всем облик Санта-Клауса принадлежит кисти американского художника Хэддона Сандблома, нарисовавшего в 1931 г. серию рисунков для рекламы кока-колы. Идея использовать этот образ принадлежала маркетинговому отделу «Кока-Колы» – таким образом в компании решили поддержать продажи прохладительного напитка в зимние месяцы. С годами история Санты в исполнении маркетологов «Кока-Колы» стала обрастать новыми подробностями – вот Санта влезает в дом через дымоход, запрягает олени упряжки, уезжает под звук колокольчиков. «Кока-Кола» тем временем становилась семейным напитком на все времена и на любую погоду. Санта усилиями «Кока-Колы» стал превращаться в наиболее успешный рождественский бренд в мире.

До 1939 г. традиционным средством передвижения американского Санты была упряжка из восьми оленей. Но при подготовке предновогодней рекламной кампании чикагской сети универмагов «Монтгомери Уорд» поэт Роберт Мэй придумал веселого оленя по кличке Рудольф-Красный нос. С тех пор Рудольф возит рождественские сани и является ближайшим подручным Санты.

Современный американский Санта-Клаус – невысокий, жизнерадостный, в меру упитанный мужчина в полном расцвете сил с седыми волосами, аккуратно подстриженной бородой и усами. Он носит красную куртку с красными штанами и шапку-колпак. Темный кожаный пояс с большой пряжкой обтягивает толстое брюшко. Штаны Санта-Клауса заправляет в черные кожаные сапоги. Чаще всего на носу у него очки, во рту – дымящаяся трубочка (в последние годы этот элемент образа появляется все реже).

До того, как за дело взялась «Кока-Кола», традиционным цветом костюма Санта-Клауса был зеленый. Хотя Луис Пранг на своей рождественской открытке и изобразил веселого Санту в красном костюме, устойчивым этот образ не стал. Санта-Клаус являлся людям то страшным карликом, то эльфом, то гномом. Канонической стала серия рисунков маслом, выполненная Хэддоном Сандбломом 82 года назад, она полностью изменила внешность Санты. Художник скончался в 1976 г., а его рисунки до сих пор используются в рекламных кампаниях «Кока-Колы».

Ирина СКИБИНСКАЯ

БАРИ:

В выставочном бизнесе Италия давно получила статус одного из мировых лидеров. Милан, Рим, Болонья – выставочные центры в этих городах хорошо известны многим. Город Бари не так знаменит, и тем не менее это также одна из выставочных столиц Италии.



Центры для проведения ярмарок имеются практически во всех крупных городах Италии. Милан, Рим, Верона, Болонья, Венеция ежегодно привлекают миллионы участников и посетителей различных выставок. Город Бари в России не очень известен. Его знают, пожалуй, только любители футбола благодаря выступлениям некогда славного клуба «Бари». Между тем, город является вторым после Неаполя экономическим центром Южной Италии. В Бари находится один из главных портов Италии, а также крупный международный аэропорт. Для индустрии ярмарок город в первую очередь знаменит выставочным центром E.A. Fiera del Levante, который занимает 29-е место в мировом рейтинге (по классификации UFI).

Выставочный центр E.A. Fiera del Levante был основан одноименной компанией в 1929 г. по инициативе муниципалитета и Торгово-промышленной палаты города Бари. В настоящее время в состав центра входят более 10 вместительных павильонов, несколько административных зданий, конференц-залов, галерей и ресторанов, которые формируют его общую площадь в 280 тыс. кв. м, включая закрытую – в 128 тыс. кв. м. Всего на его территории находится более 50 сооружений, способных принять мероприятия самого разного масштаба – от небольшой фотоэкспозиции до крупного промышленного форума международного уровня. Каждый год в мероприятиях центра участвует около 2 тыс. итальянских и иностранных экспонентов, их посещают около 500 тыс. человек.

В центре выставочного комплекса находится роскошный фонтан, который является историческим символом Fiera del Levante. Самые современные павильоны были построены в 2011 и 2012 гг., в том числе новый павильон для пленарных заседаний, способный вместить до 6400 человек. Был также возведен павильон с 11 конференц-залами, оснащенными по последнему слову техники. На его крыше расположился изящный сад для эксклюзивных деловых встреч.

Выставочный центр в Бари является пятым по размерам в Италии, уступая Fiera Milano (345 тыс. кв. м), BolognaFiere (200 тыс.), Fiera di Roma (167 тыс.) и Verona Fiere (136 тыс. кв. м).

Fiera del Levante является членом Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI), а также Итальянской ассоциации выставочной и ярмарочной индустрии (AEFI). Большая часть мероприятий в центре являются гостевыми, однако некоторые из них организуются непосредственно E.A. Fiera del Levante, которая тесно взаимодействует с торговыми ассоциациями и прочими организациями, занимающимися ярмарочными проектами.



МЕЖДУ ВОСТОКОМ И ЗАПАДОМ



Каждый год в мероприятиях Fiera del Levante участвует около 2 тыс. итальянских и иностранных экспонентов, их посещают около 500 тыс. человек.

В выставочном центре проходит множество разнообразных выставок на любой вкус: выставка музыки Средиземного моря Medimex, международная выставка хлебопечения и кондитерского изделия Levante Prof, международная выставка современного искусства Exroarte и многие другие.

А самым первым крупным проектом, состоявшемся в только построенном центре, была международная выставка-продажа Fiera del Levante. Мероприятие прошло в сентябре 1930 г. и с тех пор является ежегодным и самым главным событием центра. Многопрофильная выставка-ярмарка собирает около 800 экспонентов и 200 тыс. посетителей. Доход от ее проведения достигает 10 млн евро.

Благодаря именно этой ярмарке в середине сентября Bari превращается в рай для любителей шопинга. В это время здесь крайне сложно найти свободные номера в отелях, такси и любой другой транспорт лучше бронировать заблаговременно. Для удобства посетителей работают бесплатные парковки, добраться до входа в нужный павильон можно на автобусе. Стоимость входного билета – 7 евро.

На территории центра во время работы выставки проходят всевозможные представления и мастер-классы. Но самое главное – это, конечно, экспозиция товаров. Пожалуй, это единственная выставка в мире,



Город Bari значим для Русской Православной Церкви тем, что в нем в Папской базилике уже почти тысячу лет (с 1087 г.) находится величайшая святыня христиан – мощи св. Николая Мирликийского, наиболее почитаемого в России святого, известного как Николай Угодник или Николай Чудотворец. Среди русских верующих весьма популярно паломничество в Bari. У Русской Православной Церкви есть свой храм в городе, носящий имя Николая Чудотворца, построенный в 1911–1918 гг. на народные деньги силами Императорского Православного Палестинского Общества. Храм выполнен в новгородском стиле по проекту архитектора А.В. Щусева.





Бари – город-порт в Италии, столица провинции Апулия и ее административный центр с населением в 325 тыс. человек. Это второй по значению экономический центр Южной Италии (после Неаполя). Бари впервые упоминается в письменных источниках во II веке до н. э. В раннее Средневековье находился во владениях Византии. В конце XI в. здесь был пункт отплытия первых крестоносцев. В 1098 г. в Бари состоялся Собор под председательством Папы Урбана II по вопросу о расколе между католической и православной Церквями. В Средние века город был частью Неаполитанского королевства. Для его развития много сделала в начале XVI в. Изабелла Неаполитанская. В состав единой Италии Бари вошел в 1861 г.



В сентябре 2013 г. выставка-ярмарка Fiera del Levante состоялась уже в 77-й раз. Это единственная выставка в мире, где можно найти и купить всё что угодно – от детских игрушек и модной одежды до роскошных яхт и автомобилей.

где можно найти и купить всё что угодно – от детских игрушек, модной одежды и дизайнерских безделушек до роскошных яхт и серийных автомобилей. Итальянцы едут сюда со всей страны, так как сентябрьская выставка – это возможность приобрести товары с огромной скидкой. Событие нередко посещают известные актеры, спортсмены и политики.

Помимо основной выставки Fiera del Levante, которая в сентябре 2013 г. прошла уже в 77-й раз, стоит отметить Национальную выставку Promessi Sposi, посвященную институту брака. Данный проект удостоился всевозможных наград и уже на протяжении 15 лет является ведущим событием подобного формата в Южной Италии. Участие в свадебном салоне принимают более 3 тыс. экспонентов, предлагающих для новобрачных различные товары и услуги по организации свадебной церемонии. В рамках проекта проходят конкурсы на звание лучшего подвенечного платья и лучшего свадебного торта, а также тематические мастер-классы.

Управляющая компания Fiera del Levante активно занимается и конгрессной деятельностью. Возможности для этого создают 12 конференц-залов разного масштаба и уровня, где ежегодно проходят более 120 мероприятий (от небольших встреч до конференций в тысячу человек).

В 2011 г. Fiera del Levante начала развивать новое направление: «Выставка на каждый день». Желающие организовать постоянно действующее выставочное пространство могут арендовать площадь на длительный срок со значительными скидками. Таким образом, квартал выставочных проектов работает круглый год, что дает возможность лидерам рынка добавить в свой арсенал новые ярмарки, конференции, конгрессы, а также установить постоянную бизнес-точку. «Бари – это связующее звено между Западной и Восточной Европой» – таков девиз Fiera del Levante, ориентирующей широкий диапазон своих мероприятий на международное сообщество. Центр смело можно назвать важным стратегическим игроком в развитии экономики Италии.

Оценить всю красоту выставочного центра в Бари можно на официальном сайте комплекса (www.fieradellevente.it). В одном из разделов для просмотра доступен детальный 3D-тур, с помощью которого предоставляется виртуальная возможность оказаться в любой точке Fiera del Levante. Разработчики данной услуги потрудились на славу – для знакомства с центром доступно более 100 панорам как внутри помещений, так и на открытых площадках.

Алексей ШАБУРОВ,
президент Конгрессно-выставочного центра «Сокольники»



ЗОЛОТАЯ НЕДЕЛЯ

Китай выходит вперед не только по темпам экономического роста, но и по объему аукционного рынка. Богатеющая страна не жалеет денег на произведения искусства. Еще в 2010 г. Китай уверенно оттеснил в сторону бесспорного лидера, удерживавшего первенство с 50-х годов XX века, – США.

По подсчетам консалтинговых компаний в области искусства Artprice и Artron, в 2012 г. объем мирового аукционного рынка составил 12,3 млрд долл. Из них больше 5 млрд долл. (41,3%) пришлось на Китай. На втором месте США с 3,3 млрд долл. (27%). Великобритания замыкает тройку лидеров с 2,2 млрд долл. (18%). По словам Тьерри Эрманна, основателя и генерального директора Artprice, «Китаю потребовалось всего три года, чтобы перепрыгнуть с третьего места в 2007 г. на первое в 2010 г., оттеснив Великобританию и США, старожилов рынка с 1950-х годов». Другими словами, мировой рынок искусства стремительно превращается в биполярный. Китай и азиатские страны – с одной стороны, западный арт-рынок во главе с Америкой – с другой.

На Западном арт-рынке продолжают делать погоду аукционные дома Christie's и Sotheby's. Их торги на всех площадках, кроме гонконгской, принесли в 2012 г. в общей сложности 5,2 млрд долл., или 43% мировых арт-продаж (у Китая, включая Гонконг, – 41%).

Китайский рынок набирает обороты по многим причинам. Прежде всего, это бурный экономиче-

ский рост и появление прослойки богатых людей, для которых произведения искусства являются прежде всего объектами инвестиций. Коллекционирование «для себя» здесь распространено пока меньше, чем на Западе.

На китайском рынке произведений искусств главные игроки – это по-прежнему национальные аукционные дома Poly Beijing и China Guardian. Вместе они заработали в 2012 г. 1,1 млрд долл. (т.е. около 20% общих продаж).

Но в Поднебесной работают не только национальные аукционные дома. Sotheby's и Christie's

В 2012 г. объем мирового аукционного рынка составил 12,3 млрд долл.

активно развивают азиатское направление своего бизнеса. Примером могут служить результаты осенней «золотой недели» аукционов китайского искусства в 2013 г.

Как правило, в начале октября состоятельные граждане Китая уходят в отпуск и приезжают в Гонконг за покупками, а все сколько-нибудь крупные аукционные дома проводят неделю торгов китайским искусством по всему миру.

В этом году аукционный дом Sotheby's заработал на торгах в общей сложности 538 млн долл. (против 262 млн долл. в прошлом году), побив все мировые рекорды торгов в Азии. Аукционный дом Christie's закончил «золотую неделю» с более скромным результатом в 71,6 млн долл., возможно, из-за того, что торги прошли в Нью-Йорке. Аукционный дом China Guardian заработал 65,8 млн долл., а Poly Beijing – 88,2 млн долл.

Китайские национальные аукционные дома Poly Beijing и China Guardian заработали в 2012 г. 1,1 млрд долл., что составило около 20% общих продаж в Китае.

Мировой аукционный рынок в 2012 г.

Страна	Доля, %	Продажи, млрд долл.
Всего	100	12,3
Китай	41	5
США	27	3,3
Великобритания	18	2,2
Франция	4	0,5
Германия	2	0,19
Швейцария	1	0,13
Остальные страны	7	0,87

Источник: artinvestment.ru

Надежда КАЛМЫЧКОВА

НОВОСТИ А



Шень Джоу. «Горы осенью»

Прим. XV в., 1,8 млн долл. (первоначальная оценка – 230–330 тыс. долл.). Аукцион Christie's, Нью-Йорк.

Шень Джоу – китайский художник и преподаватель, основатель школы У, приобрел широкую известность именно благодаря своим рисункам. Произведение выполнено разноцветными чернилами и тушью на бумаге. Сюжет картины традиционен для китайской и японской культур. На рисунке изображен реальный пейзаж, который, в то же время, носит черты абстрактного орнамента, передающего настроение художника или какую-то идею.

Джоу Ин. «Сбор лотоса»

Прим. конец XV – нач. XVI в., 1,3 млн долл. (первоначальная оценка – 300–500 тыс. долл.). Аукцион Christie's, Нью-Йорк.

Рисунки попали на аукцион из коллекции китайского дилера Джун Вей Тая. Китайский художник-самоучка Джоу Ин прославился своими пейзажами, выполненными, с одной стороны, с соблюдением старинной техники, а с другой – с включениями композиционных и художественных достижений эпохи Возрождения. Рисунок сопровождается изречения императора Китая Чжу Юньвэня (1512–1579 гг.) и поэта Ван Бо (649–676 гг.).



Китайская бирюзовая фарфоровая ваза с розовой эмалью эпохи императора Кванлонга

Прим. конец XVIII в., 1,7 млн долл. (первоначальная оценка – 600–800 тыс. долл.). Аукцион Christie's, Нью-Йорк.

Предположительно, ваза принадлежала коллекционеру китайских редкостей Джорджу Таберу. Голубое небо обозначает тему вечности и загробной жизни, а два дракона – красно-розовый и синий – переход знаний и власти, преемственность между нынешним и будущим императорами. Приплюснутая форма вазы создает иллюзию того, что драконы парят в облаках.



У Гуаньчжун. «Цветение лотоса»

1973 г., 22,5 млн гонк. долл. (около 2,9 млн долл. США) (первоначальная оценка – 6–8 млн гонк. долл.). Аукцион Sotheby's, Гонконг.

У Гуаньчжун внес значительный вклад в развитие и европеизацию китайской живописи. В его картинах перекликаются традиционный китайский сюжет созерцания природы и импрессионистская манера изображения цветка. У Гуаньчжуна часто сравнивают с Клодом Моне, особенно с его знаменитой серией полотен «Кувшинки».



УКЦИОНОВ



Чэнь Ифэй. «Красный флаг 1»

1972 г., 79,6 млн гонк. долл. (около 10,3 млн долл. США) (первоначальная оценка – 45–60 млн гонк. долл.). Аукцион Sotheby's, Гонконг. Ранняя картина художника, написана в 25 лет. Впоследствии, в эпоху Культурной революции, художник был известен крупномасштабными портретами Мао Цзэдуна и большими полотнами на революционные темы. Был основоположником направления китайского романтического реализма.



Позолоченная бронзовая фигура сидящего Будды периода императора Джу Ди

Прим. XIV–XV вв., 236,4 млн гонк. долл. (около 30,3 млн долл. США) Аукцион Sotheby's, Гонконг. Бронзовый Будда установил мировой рекорд по цене на китайские скульптуры. Фигура Будды выполнена анонимным автором в период правления третьего императора династии Мин. Император Джу Ди развивал экономические и политические отношения с Тибетом. Эта скульптура, скорее всего, сделана для частного лица, так как не предназначена для ритуальной раскраски.

Редкий бриллиант

2011 г., 238,7 млн гонк. долл. (около 30,6 млн долл. США). Аукцион Sotheby's, Гонконг. Прозрачный бриллиант имеет вес в 118,3 карата и симметричную овальную огранку. Он был добыт в рудниках Южной Африки и является самым большим и дорогим бриллиантом категории D, проданным на аукционе.



Цзэн Фаньчжи. «Последний ужин»

2001 г., 180,4 млн гонк. долл. (около 23,3 млн долл. США) (первоначальная стоимость не определена). Аукцион Sotheby's, Гонконг.

Цзэн Фаньчжи занимает первое место среди современных китайских художников. Картина установила мировой рекорд на произведения автора. Взяв сюжет у Леонардо да Винчи, художник изобразил всех персонажей в традиционной китайской коммунистической форме и характерных масках. При этом цвет галстука Иуды на картине – желтый.



Чжао Уцзи. «Триптих»

1982 г., 85,2 млн гонк. долл. (около 11 млн долл. США) (первоначальная оценка – 68–90 млн гонк. долл.). Аукцион Sotheby's, Гонконг.

По цветовой гамме картина напоминает полотна Герхарда Рихтера, Марка Ротко и картину друга художника – китайского мастера Чжан Дацяня «Древний храм в облаках». Картина одновременно абстрактная и фантазийная, как настроение, мечты или грезы.

АТЛАНТА РАСПРАВЛЯЕТ ПЛЕЧИ

Три хлопковые выставки, включая самую крупную и представительную – Выставку хлопковых штатов и Международную выставку 1895 г., проведенные в Атланте, позволили этому городу, почти уничтоженному в ходе Гражданской войны, заявить о себе как о важнейшем промышленном и торговом центре американского Юга.



В конце XIX в. выставки и ярмарки были хорошим способом привлечь внимание к своему городу, заманить в него людей из других городов и даже стран. В те времена, когда еще не было радио и телевидения, увидеть своими глазами технические новинки, новые способы производства, известные художественные произведения можно было только одним способом – перемещаясь по стране или по миру лично. Главы городов поэтому всячески стремились завлечь к себе как можно больше таких путешественников – либо просто любопытствующих, либо деловых людей, приезжавших на выставки и ярмарки, чтобы заключать сделки.

Атланта, город на Юге США, столица штата Джорджия, находилась в эпицентре Гражданской войны 1861–1865 гг. Беды и разрушения, которые принесла война этому городу, прекрасно описаны в романе Маргарет Митчелл «Унесенные ветром». После войны Атланта постепенно восстанавливалась и отстраивалась. Немалую роль в этом сыграли три хлопковые выставки, которые дали серьезный импульс экономическому развитию города. Атланта стала претендовать на звание столицы «нового Юга». Большим энтузиастом и инициатором первых двух выставок был Генри Д. Грейди, управляющий редактор газеты «Атланта конститушн» и один из создателей нового образа американского Юга и его экономики.

Первую хлопковую экспозицию в Атланте устроили в 1881 г., всего через 16 лет после окончания Гражданской войны и отмены рабства. Не надо забывать, что Атланта была фактически центром рабовладельческого Юга США.

Международная хлопковая выставка состоялась в парке Оглторп. Город в ту пору насчитывал всего 40 тыс. жителей, и слово «международный» в ее названии означало лишь то, что вниманию посетителей были представлены образцы растений хлопка из разных стран мира.

Жители Атланты были в восторге от того, что к ним приедут люди из других городов и, возможно, удастся заключить новые сделки и привлечь капиталы. Ведь отцы города ставили амбициозную цель – пре-

Выставку, которая длилась более трех месяцев, посетили 800 тыс. человек. На подготовку территории и строительство павильонов было затрачено 2 млн долл.



вратить его в индустриальный центр. К сожалению, посещаемость выставки оказалась ниже ожидаемой – менее 200 тыс. посетителей за 2,5 месяца работы. Тем не менее власти продемонстрировали способность совместной работы и организации крупного события, которое обеспечило городу весьма благоприятные отзывы в прессе и в общественном мнении, говоря современным языком, хороший пиар.

Вторая хлопковая выставка состоялась в 1887 г. в Пидмонт-парке. Это было событие регионального масштаба, которое привлекло в день открытия 20 тыс. посетителей. 50-тысячная толпа собралась в Пидмонт-парке, когда Грейди представил публике президента США Гровера Кливленда. В целом это было успешное мероприятие, которое еще больше укрепило репутацию Атланты в качестве города, который стоит посетить и в котором стоит вести бизнес.

Эти две выставки были как бы подготовкой к настоящему, грандиозному по тем временам, событию – Выставке хлопковых штатов и Международной выставке 1895 г. (ЭКСПО-1895).

На нее возлагались большие надежды, и подготовка велась чрезвычайно тщательно и серьезно. Целью проведения выставки было укрепить торговые связи между штатами Юга и странами Южной Америки, а также продемонстрировать технические и технологические новинки и достижения остальным регионам США и Европе. Этот замысел нашел отражение в двойном названии: Выставка хлопковых штатов и Международная выставка (Cotton States and International Exposition).

В день открытия выставки, 18 сентября 1895 г., первых посетителей встречал военный оркестр. Перед ними выступили с речами политики, бизнесмены, власти города. Запомнилось это событие и выступлением известного в то время чернокожего просветителя и борца за просвещение американских негров Букера Т. Вашингтона. Он произнес речь, которая вошла в историю под названием «Атлантический компромисс». Он из

Атланта – столица и крупнейший город штата Джорджия, США. В городе проживают 520 тыс. человек, а в пределах агломерации Атланты – около 6 млн человек. Архитектурный облик Атланты сформировался во второй половине XX в. В отличие от других южных городов, например Чарльстона, Саванны и Нового Орлеана, Атланта не сохранила исторические особенности старого Юга. Вместо этого она позиционирует себя столицей «нового Юга» и выразителем стиля «хай-тек». Здесь большое количество небоскрёбов и высотных зданий в стиле модерн и пост-модерн. Самое высокое здание в Атланта – Банк Американ-Плаза, его высота – 312 м. Это 35-е по величине здание в мире и самое высокое здание в США, если не считать Чикаго и Нью-Йорка.



БИТВА ЗА АТЛАНТУ

В 1864 г., во время Гражданской войны, началась Битва за Атланту. В город вторглись войска северян под руководством генерала Шермана, который отдал приказ сжечь город. Вот какой увидел Атланту после войны один из героев романа «Унесенные ветром»: «...Не мог он поведать им о том, что увидела армия конфедератов после своего возвращения в Атланту: ряды печных труб, акр за акром торчавших над пепелищами; улицы, заваленные горами обгорелых обломков и кирпича; старые деревья, умиравшие от ожогов, роняя на землю обугленные ветви, которые уносило порывами студеного ветра... Жалкую и страшную картину являли собой скелеты и еще не истлевшие трупы, валявшиеся среди обломков своего последнего земного пристанища». (Пер. Т. Озерской.)



Букер Т. Вашингтон стал первым в истории Америки черным человеком, выступившим перед белой аудиторией. Его речь до сих пор считается одной из самых важных, влиятельных и противоречивых речей, которые когда-либо произносились в Америке.

ложил свою социально-политическую концепцию, состоящую в расовом и классовом мире и тесном сотрудничестве белого и цветного населения. Букер Т. Вашингтон стал первым в истории Америки черным человеком, выступившим перед белой аудиторией.

То, что он сказал, было с энтузиазмом встречено белыми сторонниками строительства «нового Юга». Для того чтобы полностью оценить смысл произошедшего, необходимо напомнить некоторые факты. Несмотря на то, что рабовладение отменили уже 30 лет назад, коренные южане не хотели с этим смириться. Они так или иначе старались сохранять свои привычки и свою культуру, в которых черным было место только на кухне или в поле. Рабство отменили, но чернокожие все не стали полноправными гражданами в южных штатах. Там началась так называемая сегрегация, конец которой был положен только в конце XX века.

Букер Т. Вашингтон не стал ставить под сомнение принцип сегрегации, а призвал своих чернокожих собратьев усердно трудиться в качестве простых рабочих в поле и на фабриках. Смыслом его речи, которая вызвала бурное одобрение белых и негодование многих черных, было то, что он призвал к компромиссу между черными и белыми: черные соглашались с тем, чтобы вся политическая власть находилась в руках белых, а те обеспечивают черным доступ к базовому образованию и легальному правосудию.

Он призвал своих чернокожих собратьев перестать «бузить» и не требовать полного социального и политического равноправия, а сосредоточиться вместо этого на открывающихся для них экономических возможностях. Слушатели устроили ему овацию. Чернокожие лидеры, напротив, обвинили Вашингтона в том, что он публично дал согласие на сегрегацию и неравенство. Эта речь до сих пор считается одной из самых важных, влиятельных и противоречивых речей, которые когда-либо произносились в Америке.

Выставку, которая длилась 100 дней – с 18 сентября по 31 декабря 1895 г., посетили 800 тыс. человек, не только жители США, но и предста-





ХЛОПКОВЫЙ ПОЯС США – это южные штаты, в которых в XVIII – начале XX вв. хлопок был основной сельскохозяйственной культурой. Он простирался от Вирджинии до восточного Техаса. Наиболее интенсивно хлопководство было развито в Джорджии, Алабаме, Миссисипи, а также в некоторых районах Флориды, Луизианы и Техаса. Система плантаций и рабский труд, с одной стороны, и плодородная земля и благоприятный климат – с другой обеспечивали высокую урожайность и продуктивность. В XX в. производство хлопка стало падать из-за истощения земли, хлопкового жука и социальных перемен. В настоящее время хлопководство заменено на выращивание кукурузы, пшеницы, сои, арахиса.

вители еще 13 государств. Несмотря на финансовые трудности, она достигла своей цели, представив Атланту в качестве регионального делового центра, и помогла в привлечении капиталовложений.

На подготовку территории и строительство павильонов было затрачено 2 млн долл. Свои павильоны построили 6 южных штатов, кроме того, в отдельных помещениях демонстрировались достижения женщин и чернокожих. Особое внимание было уделено демонстрации новинок в транспортной сфере, обрабатывающей, горнодобывающей промышленности, сельском хозяйстве. В целом на выставке было представлено 6 тыс. экспонатов.

Как это принято на подобных мероприятиях, для привлечения посетителей была организована развлекательная часть – смельчаки поднимались на колесо обозрения «Феникс», зрителям демонстрировались живые картинки – прообраз кино, с помощью проектора, который его изобретатель, Чарльз Фрэнсис Джэнкинс, назвал «Фантаскоп».

Специально для выставки были созданы Тропические сады – теперь это Ботанический сад Атланты.

26 декабря 1895 г. был объявлен Негритянским днем (слово «негр» тогда еще не считалось неpolitкорректным). Специально для события великий американский музыкант Джон Филлип Сауза сочинил свой знаменитый марш – «Король Хлопок» и посвятил его жителям штата Джорджия.

Чтобы отметить особо выдающиеся экспонаты, были сделаны изящные, прекрасно выполненные медали. Организаторы не скупчились на награды – всего было роздано 1573 медали, из них 634 – золотые, 444 – серебряные и 495 – бронзовые.

После окончания ЭКСПО большая часть строений выставки были разобраны и уничтожены. Однако город выкупил территорию, на которой она располагалась, и теперь там находится городской парк.

Первую хлопковую экспозицию в Атланте устроили в 1881 г., всего через 16 лет после окончания Гражданской войны и отмены рабства.



ИНВЕСТИЦИОННАЯ

Наиболее вероятный сценарий развития российской экономики не предполагает выхода в среднесрочной перспективе на высокие темпы экономического роста. Самый реальный сценарий – рост ВВП в период до 2030 г. в 3% в год. Этот прогноз представил замминистра экономического развития Андрей КЛЕПАЧ. С ним согласен директор ЦР НИУ ВШЭ Сергей АЛЕКСАШЕНКО.

России стоит забыть о темпах роста в 6% ВВП, как это было до кризиса. Теперь самый оптимистичный сценарий долгосрочного развития предполагает рост российского ВВП ежегодно не более чем на 5,4% в 2013–2030 гг., а наиболее вероятный в нынешних условиях – консервативный – предполагает не более 3% ежегодно. Первый, форсированный, сценарий предполагает, помимо прочего, достижение секторами здравоохранения и образования стандартов ОЭСР. Однако нынешняя бюджетная политика создает серьезный институциональный вызов. Существенное избирательное сокращение расходов по статьям государственных инвестиций, образования, здравоохранения и науки приведет к неизбежному торможению экономического роста. При этом, если эффект от снижения госрасходов проявится уже через три-четыре года, то экономия на человеческом капитале «аукнется» спустя десятилетие.

Если сейчас расходы на здравоохранение оцениваются в 3,3–3,6% ВВП, то к 2016 г. они упадут до 3,2–3,4%. Их резкое сокращение на федеральном уровне представляет отдельный вызов для высокотехнологичной и специализированной медицинской помощи. Похожая ситуация наблюдается и в образовании: в 2013 г. расходы составят порядка 4% ВВП, а в 2016 г. – только 3,5% даже с учетом повышения заработной платы учителей, отметил замминистра экономики Андрей Клепач.

В бюджетной сфере существует серьезная развилка: придерживаться ли жестко бюджетного правила или смягчить его, пойдя на большую задолженность бюджета ради стимулирования ускоренного роста? Пока власти, как полагает Андрей Клепач, склоняются к жесткому пониманию бюджетного правила, однако для проведения необходимых реформ и недопущения торможения экономики расходы должны быть на 0,5–0,7 процентных пункта ВВП выше.

Другая важнейшая, по мнению замминистра, развилка – ценообразование на газ в России. Стоит ли стремиться к сохранению принципа равнодоходности с поставками газа в Европу или нужно модифицировать формулы равнодоходности цен на газ для сохранения конкурентных преимуществ по издержкам на топливо и энергию, учитывающую уровень цен спотового рынка в США?

Принцип равнодоходности является серьезнейшей ошибкой экономической политики России, уверен директор Института «Центр развития» НИУ ВШЭ Сергей Алексащенко. США, которые запретили экспорт газа и сделали цены внутри страны очень низкими, пришли к следующим результатам: Америка превратилась в страну с избытком газа, в энергоемкие предприятия реального сектора было вложено 50 млрд долл. и создано 2 млн новых рабочих мест в этих секторах. России нужны низкие цены на газ на внутреннем рынке, уверен Алексащенко.

Пауза в росте тарифов, на которую пошли власти, будет означать 600 млрд руб. недополученных инвестиций за три года. С одной стороны, для экономики, находящейся в состоянии стагнации, это достаточно



ЗАСАДА

болезненные изменения, но с другой стороны, от остановки роста тарифов выиграют энергоемкие сектора, в том числе металлургия, химическая промышленность. Но реальный баланс и реальные последствия принятого решения по тарифам, как полагает Клепач, просчитать еще сложно.

«Российская экономика находится не в состоянии стагнации – мы вошли в рецессию. Два квартала подряд официальная статистика показывает снижение на уровне 1% к предыдущему кварталу с учетом сезонности», – отметил Алексахенко. Однако Клепач не склонен драматизировать ситуацию. Учет сезонности, по его мнению, совсем не простое дело, а рецессии в стране, как он полагает, все же нет.

В 2013 г. рост доходов шел в основном за счет повышения зарплат в госсекторе, в 2014 г. эта задача ляжет на частный сектор, который вряд ли сможет с ней справиться.

Замедление экономики объясняется падением объемов инвестирования, ведь ядро замедления находится именно в реальном секторе, который не хочет брать кредиты, не готов инвестировать в России, предпочитая выводить капитал из страны, уверен Алексахенко. Все остальные факторы, в том числе и внешние, на которые часто ссылаются власти, не могут быть причиной столь сильного торможения роста экономики. Так, цены на нефть с 2010 г. находятся в коридоре 100–120 долл. за баррель. Резкого их падения не было. Финансовые рынки, несомненно, более волатильны, чем до кризиса, но в целом комфортны. Спреды развивающихся рынков постоянно снижаются, поэтому нельзя говорить, что капитал из развивающихся рынков бежит, подчеркивает Алексахенко. Он не отворачивается и от России – гособлигации пользуются спросом, при том, что госдолг составляет всего 10% ВВП.

Нет и резких изменений экономического поведения со стороны населения. Темпы роста доходов и расходов замедлились, но разрыв между скоростью роста доходов населения и ВВП – около 6%. Как и было до кризиса. Однако озабоченность, отметил Алексахенко, вызывает тот факт, что в 2013 г. рост доходов шел в основном за счет повышения зарплат в госсекторе. В следующем году такого роста зарплат в госсекторе уже не будет, а бизнес вряд ли сможет в ситуации снижения темпов роста взять за себя лидирующую роль в повышении доходов населения.

Борьба с падением темпов роста и стагнацией сводится к мерам средне- и долгосрочного характера, направленным на стимулирование инвестиций в экономике. Среди таких мер не на последнем месте меры по развитию институтов, уверен Алексахенко, ведь по уровню развития институтов Россия пока серьезно проигрывает многим странам.

Анастасия АСТАХОВА

Печатается с разрешения журнала «Экономическая политика».

Основные показатели развития экономики в 2012–2016 гг.

(прирост/снижение, в % к соответствующему периоду предыдущего года)

Показатели	2012 г.*	2013 г.**	2014 г.***	2015 г.***	2016 г.***
Средняя цена за нефть Urals, долл. США/баррель	110,5	107	101	100	100
Индекс потребительских цен, в среднем за год, %	5,1	6,7	5,6	4,7	4,7
ВВП	3,4	1,8	3,0	3,1	3,3
Промышленное производство	2,6	0,7	2,2	2,3	2,0
Производство продукции сельского хозяйства	-4,7	7,0	2,0	3,0	2,6
Инвестиции в основной капитал	6,6	2,5	3,9	5,6	6,0
Реальные располагаемые денежные доходы населения	4,4	3,4	3,3	3,0	3,4
Реальная заработная плата	8,4	6,2	4,0	3,8	4,3
Оборот розничной торговли	6,3	4,2	4,0	4,4	4,7
Экспорт товаров, млрд долл.	528	511	506	507	518
Импорт товаров, млрд долл.	336	344	353	367	384

* Отчет.

** Оценка.

*** Прогноз.

Источник: Минэкономразвития РФ, «Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2014 г. и на плановый период 2015 и 2016 гг.».



Международный валютный фонд (МВФ) понизил прогноз роста ВВП России в 2013 г. с 2,5 до 1,5%. Аналогичный показатель на 2014 г. понижен с 3,3 до 3%. Эксперты МВФ считают, что экономический рост России будет сдерживаться слабой экономической конъюнктурой, усилением оттока капитала, снижением фондового рынка и недостаточным ростом инвестиций. МВФ также подкорректировал прогнозы о глобальном экономическом росте. Ожидается, что в этом году он составит 2,9%, а не 3,2%, как предполагалось ранее. По мнению МВФ, в 2014 г. мировая экономика вырастет на 3,6%. Причиной пересмотра прогноза называется ослабление развивающихся экономик.

Новости экономики

БЛАГОСОСТОЯНИЕ РАСТЕТ

За последний год мировое благосостояние выросло на 4,9% – до 241 трлн долл. Северная Америка впервые с 2005 г. обошла по стоимости активов Европу и Азию благодаря увеличению цен на недвижимость и росту фондового рынка США. К таким выводам, которые приводит газета РБК daily, пришли эксперты CreditSuisse Research Institute в своем ежегодном исследовании Global Wealth Report. Они оценили стоимость финансовых и реальных активов 4,7 млрд человек из 200 стран за период с середины 2012 г. по середину 2013 г. Благосостояние домохозяйств выросло во всех регионах мира, за исключением Азиатско-Тихоокеанского. Авторы исследования прогнозируют, что к 2018 г. стоимость мировых активов вырастет на 40% – до 334 трлн долл., доля развивающихся стран составит 23%. США останутся самой обеспеченной страной в мире с благосостоянием 98 трлн долл.

Благосостояние в основных регионах мира


Регионы	Благосостояние, трлн долл.	Изменение по сравнению с предыдущим годом, %
Северная Америка	78,9	11,9
Европа	76,3	7,7
АТР	73,9	-3,7
Латинская Америка	9,1	3,6
Африка	2,7	1,2

Источник: РБК daily.



МИЛЛИОНЕРОВ СТАЛО МЕНЬШЕ

В рейтинге стран по числу долларовых миллионеров Россия занимает 11-е место в мире. Об этом сообщает газета РБК daily со ссылкой на исследование швейцарского банка CreditSuisse. Всего в России, по оценке швейцарцев, 84 тыс. долларовых миллионеров. За прошедший год их стало на 4 тыс. меньше. Миллионеров теряет не только Россия, но и Египет, ЮАР, Бразилия, Япония и др. Больше всего богатых граждан – около 11,5 млн – в США.




Медафарм сити

Продажа медицинского оборудования

- Функциональная диагностика
- ЛОР-оборудование
- Эндоскопия
- Реанимация и стерилизация

medafarm.ru Телефон: +7 (495) 772-79-56
+7 (495) 215-28-56



Медафарм Studio

Веб студия

- Создание и продвижение медицинских сайтов.
- Контекстная реклама.
- Сайты в аренду

medafarm-studio.ru Телефон: +7 (495) 772-79-56
+7 (495) 215-28-56



Health Voyage Турагентство

- Оздоровительные
- Лечебные и relax-туры
- Экскурсионный и пляжный отдых
- Доставка туров

healthvoyage.ru Телефон: +7 (495) 772-79-56
+7 (495) 215-28-56

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



Лондонский Сити изгоняет машины

«Файнэншл таймс», Великобритания

Две самые оживленные улицы в историческом финансовом центре Лондона закроют для автомобильного движения и превратят в пешеходную зону в соответствии с радикальными планами преобразования Сити.

Переполненные средневековые улицы и переулки, изрезавшие лондонский Сити, также оборудуют современным освещением; там появится больше зелени, новые, более подробные, указатели и знаки, которые помогут как его работникам, так и посетителям.

Владеющая этими дорогами Корпорация лондонского Сити (муниципальная администрация) заявляет, что намеченные планы помогут этому району сохранить свой статус одного из ведущих деловых центров мира.

«Уникальное достоинство Лондона – это его среда и история, но в данный момент, наблюдая за этим, ты рискуешь оказаться под колесами машины», – говорит Виктор Каллистер, работающий в этой корпорации в департаменте городской среды.

Каждое утро на работу в лондонский Сити прибывает более 300 тыс. человек, хотя количество его постоянных жителей не превышает 10 тыс. Скопление новых небоскребов, среди которых выделяются Cheesegrater and Walkie Talkie («Терка» и «Портативная рация»), должны еще больше увеличить численность сотрудников, работающих в Сити.

Закрытие двух дорог, идущих через перекресток возле Банка Англии (скорее всего, это будут улицы Полтри и Треднидл или Корнхилл), поможет увеличить количество пешеходов. Работы по планированию начнутся в ноябре, а завершить проект намечено к 2018 г. Его стоимость может составить до 10 млн фунтов стерлингов.

«Увеличение количества работающих в Сити людей требует радикального переосмысления того, как используется его пространство», – говорит Люси Масгрейв, учредитель компании Publica, которая привлечена к работе по перепланировке. Застройщики поддерживают эти планы, хотя работы будут финан-

сироваться в основном за счет налога на новое строительство.

«Перекресток возле банка невероятно опасен, – говорит Тим Эллибоун, директор по управлению активами из компании Land Securities, которая владеет в Сити новым торговым центром One New Change. – Мы обнаружили, что работники с его западной стороны зачастую даже не хотят пересекать его, чтобы добраться до магазинов и баров на восточной стороне».

Лондон – не единственный город, стремящийся к усовершенствованию своей общественной территории. Нью-Йорк, Париж и Сингапур в последние годы также создали пешеходные зоны в городском центре и ограничили движение транспорта.

Новые торговые центры, рестораны и бары изменили атмосферу Сити за последние годы, и корпорация, являющаяся полуавтономным демократическим образованием с 1967 г., хочет теперь выгодно использовать его исторические здания и улицы. В случае успеха эти планы создадут на улицах Сити такую жизнь, которая была ему присуща в начале XX в., когда там постоянно проживали 19 тыс. человек, а улицы были усеяны кофейнями и маленькими магазинчиками.

Лондонский Сити веками является коммерческим центром, и его планировка до сих пор соответствует хаотичной средневековой застройке улиц с древними названиями по занятиям людей, которые их населяли: «Птичья», «Зерновой холм», «Хлебная». Но стремление людей уехать в пригород изменило этот район, и к концу Второй мировой войны Сити в нерабочее время пустел. Узкие улочки, бегущие с севера на юг, такие как Финч-лейн и Берчин-лейн, сегодня темны, в них можно заблудиться, и их часто используют для сбора мусора.

За счет современного освещения, уличных знаков, надписей и новых материалов для мощения улиц компания Publica надеется превратить их в популярные пешеходные маршруты, приводя в качестве примера Боулейн. ■

Две самые оживленные улицы в историческом центре Лондона закроют для автомобилей. Нью-Йорк, Париж и Сингапур в последние годы также создали пешеходные зоны в городском центре и ограничили движение транспорта.



Опыт проведения АТЭС в России и на Бали

«Синдоньюз», Индонезия

Экономический форум АТЭС на острове Бали уже завершился. Можно оценить эффективность участия в нем Индонезии и других экономик мира.

Многие утверждают, что Индонезии удалось проделать качественную работу в подготовке форума на Бали, однако для оценки результативности саммита необходимы время и доказательства.

Основываясь на исследовании, опубликованном Центром демократии и международных отношений Университета Вирджинии, неэффективность действий России после проведения форума АТЭС в 2012 г. не позволила ей стать главной силой в регионе, ключевом для экономики и политики РФ.

Если внимательно ознакомиться с тем, что было сделано правильно, и с тем, где были допущены ошибки, Индонезия может извлечь уроки для планирования своих дальнейших шагов в АТЭС.

России удалось успешно провести саммит в 2012 г. Это признают многие его участники.

Основным успехом России стала работа в рамках Делового консультационного совета (ДКС) АТЭС, на котором российские предприниматели стали инициаторами идей, направленных на развитие и процветание как экономики России, так и других стран-членов АТЭС.

Вот несколько примеров того, что было предложено со стороны России: программа продовольственной безопасности, партнерство между частным и государственным секторами и решение задач, связанных с логистикой в регионе. С экономической точки зрения, объем средств от стандартизации норм таможенных сборов, внедрения технологий распознавания, автоматизации

транспортной отрасли, обмена технологиями и внедрения новых решений в отрасль распределения продовольствия достигнет 1 трлн долл. к 2020 г. И в этом аспекте Россия находится в самом выгодном положении. С помощью увеличения транзита груза через территорию страны, а также привлечения иностранных инвестиций в различные сектора инфраструктуры Россия сможет увеличить поставки пшеницы и других сельскохозяйственных товаров в экономики с большим количеством населения, в которых по-прежнему ощущается нехватка питания.

Успех форума в 2012 г., однако, не удалось развить в 2013 г., когда российские инициативы должны были начать реализовываться на практике. В действительности российские министерства и агентства не приняли должных шагов по обеспечению выполнения задач прошлогоднего форума АТЭС, а представители предпринимательских кругов игнорировали встречи и повестку обсуждения ДКС АТЭС.

«Индонезия, в качестве хозяина форума в этом году, достаточно хорошо справилась со своими обязанностями. В прошлом году России удалось провести плодотворный саммит, но в этом году участие России в ДКС АТЭС едва различимо», – заявил Sindonews один из самых уважаемых членов организации, председатель одной из рабочих групп ДКС АТЭС Энтони Найтингэйл.

Одним из примеров такого развития событий можно назвать инициативу России в рамках ДКС по созданию списка инфраструктурных проектов, открытых для международного сотрудничества, в том числе в рамках частно-государственного партнер-

По мнению участников саммита АТЭС-2012, Россия хорошо справилась с ролью организатора этого форума. Однако после его окончания она потеряла интерес к принятым там решениям. Индонезии стоит сделать выводы из ошибок России.



Войти в десятку?

«Хюрриет», Турция

Турция поставила цель и заявила о своем намерении стать одной из десяти крупнейших экономик мира к 2023 г., когда будет отмечаться 100-летие образования Турецкой Республики.

Однако выполнить эту задачу не так просто. В настоящее время в расчете по паритету покупательной способности ВВП Турции составляет 1,31 трлн долл. (данные МВФ за 2012 г.).

Существует большое количество факторов, определяющих величину экономики страны. Первыми приходят на ум природные и человеческие ресурсы. Например, своей экономикой в объеме 907 млрд долл. Саудовская Аравия в значительной мере обязана нефти. Китай и Индия (12,4 трлн и 4,7 трлн долл. соответственно) – дешевым человеческим ресурсам, но в перспективе будет заметно, что этого им недостаточно.

Государства, которые наряду с природными ресурсами делают ставку на креативность и продуктивность рабочей силы (она может быть дешевой или напротив), – это крупнейшие экономики в мире. Например, по численности населения Турция не отстает от Великобритании и немного уступает Германии, однако британская экономика вдвое, а немецкая почти втрое превосходят турецкую. Не говоря уже об Америке. Что означает креативность и продуктивность рабочей силы? Здесь вступает в силу значение, придаваемое науке и образованию. Представители Thompson Reuters подготовили важный доклад, в котором проводится сравнение стран G20 по количеству научных трудов. Никого не удивило первенство Америки, которая, обладая крупнейшей экономикой мира, опубликовала в 2012 г. 350 тыс. научных исследований. За Америкой следует вторая экономика мира – Китай (180 тыс. исследований). Деятели науки Турции издали 23 тыс. научных статей.

Другой фактор, определяющий силу современных экономик, – это количество изобретений в год. Компания, которая находится в Турции и зарегистрировала наибольшее количество патентов, принадлежит 122 изобретения. Компания, удерживающая первенство в Америке, зарегистрировала 6584 патента. Одна южнокорейская компания запатентовала 6009 изобретений, немецкая – 3361, китайская – 2532. Может ли Турция с такими показателями войти в десятку крупнейших мировых экономик? Может. Однако следует прежде всего полностью изменить взгляд на образование. ■

ства. В 2012 г. делегация России предложила и согласовала создание делового «филиала» в рамках программы сотрудничества по продовольственной безопасности, в который бы входили по три представителя от каждой «сельскохозяйственной экономики». Известно, что две трети мирового населения, ощущающего нехватку продовольствия, проживает в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Это дает России отличную возможность для экспорта продовольствия (по некоторым оценкам, в АТР стоимость экспорта продовольствия может достигнуть 100 млрд долл. к 2020 г.). Целью сотрудничества в рамках программы была совместная работа российских и иностранных представителей госсектора, а также частных потребителей.

Несмотря на это, представители важных регионов были разочарованы непостоянством России, которое негативно влияет на привлекательность страны в качестве партнера. Что также интересно: Индонезия была готова и заинтересована в поддержке российской повестки ДКС АТЭС, однако оказалось, что у России уже нет к этому ни интереса, ни настроения.

Несмотря на то, что форум АТЭС на Баги уже завершился, основная работа по нему только начинается. Если мы отойдем в сторону от АТЭС, то другая страна начнет лоббировать свои интересы, и инициативы Индонезии окажутся забытыми. Другой важный аспект – нельзя допустить роспуска команды, которая доказала свою эффективность на форуме в этом году. В конце концов, форум АТЭС создан в качестве базы для предпринимательских кругов, которым необходимо дать возможность играть важную роль в регионе, если у них есть подобный потенциал. ■

Турция
поставила
цель и заявила
о своем
намерении
стать одной
из десяти
крупнейших
экономик
мира к 2023 г.,
когда будет
отмечаться
100-летие
образования
Турецкой
Республики.

Америка не может вечно жить столь безрассудно

«Файнэншл таймс», Великобритания

За 50 лет с момента убийства Кеннеди политические мелодрамы случались в Америке не раз – от Уотергейта до импичмента Клинтону. Всем казалось, что американская система умирает. Но всякий раз она оживала. Дело в том, что если политические недостатки Америки очень заметны, ее экономические и социальные преимущества слишком часто сбрасывают со счетов.

Игра в русскую рулетку – это всегда неблагоприятно. На сей раз конгресс может обнаружить, что патрон оказался в стволе.

Наблюдая за тем, как в США разворачивается бюджетный кризис, я вспомнил знаменитый отрывок из «Великого Гэтсби». «Они были беспечными существами, Том и Дэйзи, – писал Ф. Скотт Фицджеральд. – Они ломали вещи и людей, а потом убежали и прятались за свои деньги, свою всепоглощающую беспечность или еще что-то, на чем держался их союз, предоставляя другим убирать за ними».

Сегодня республиканцы и демократы ведут себя в Вашингтоне подобно Тому и Дэйзи, но на уровне глобальной политики. Они похожи на соряющуюся пару, чьи перебранки больше вредят ни в чем не повинным сторонним наблюдателям, чем им самим. Похоже, американские политики уверовали в то, что богатство и власть США дают им возможность безнаказанно проявлять безрассудство и легкомыслие, за которое более слабую и бедную страну мгновенно постигла бы суровая кара.

История свидетельствует, что такая самоуспокоенность оправданна. Конгресс и раньше играл в русскую рулетку, останавливая работу правительства, – но патрона в стволе не оказывалось никогда. Если говорить в целом, то за 50 лет с момента убийства Джона Кеннеди политические мелодрамы случались в Америке неоднократно – от Уотергейта до импичмента президенту Биллу Клинтону. Всякий раз у многих людей возникало ощущение, что американская система разваливается. Но всякий раз она восстанавливалась. Дело в том, что если политические недостатки Америки очень заметны, ее экономические и социальные преимущества слишком часто сбрасываются со счетов.

А вот иностранцы порой очень дорогой ценой платили за безрассудное поведение в Вашингтоне. Брюссель постоянно жалуется на

свою горькую долю, заявляя, что кризис еврозоны был спровоцирован крахом американского инвестиционного банка Lehman Brothers. Мрачная заикленность остального мира на нынешнем бюджетном кризисе отражает опасения, что если американская экономика подхватит очередную простуду, то весь мир заболит пневмонией. Китай сказал США, чтобы те не подвергали опасности принадлежащие ему американские казначейские векселя. А Кристин Лагард, возглавляющая Международный валютный фонд, предупредила о том ущербе, который кризис нанесет мировой экономике. Но все эти жалобы и претензии тонут в шуме своекорыстных пререканий в Конгрессе.

Ощущение того, что Соединенные Штаты склонны вести себя безрассудно, подвергая опасности других, распространяется и на международную политику. Америка пожертвовала многими жизнями и неисчислимыми богатствами в ходе расточительной войны в Ираке. Но сейчас США вернулись домой и потеряли интерес к Ираку. А он, между тем, по-прежнему находится в тисках ужасного гражданского конфликта, который начался после свержения Саддама Хусейна.

Нынешний кризис вызывает неоднозначную реакцию у иностранцев. Многие, как и Лагард, знают, что остальной мир может заплатить высокую цену за вашингтонское сумасбродство. Им очень хочется, чтобы американцы собрали свою волю и разум в кулак. Почитатели Америки начинают вздрагивать при виде страны, которую они считают образцом, поскольку та выглядит просто ужасно. Но у тех, кто недоволен глобальным лидерством Америки, появилось сильное чувство злорадства при виде того, как американцы, любящие читать проповеди о демократии за границей, у себя дома превращают ее в посмешище. Китайцы также поражаются тому, что амери-



канские попытки утвердить свое лидерство в Азии посредством саммита АТЭС наткнулись на неожиданную преграду из-за отказа президента Барака Обамы принять в нем участие по причине кризиса в Вашингтоне. А что касается Владимира Путина, то российский президент, который недавно со страниц The New York Times предупредил американцев об опасности веры в собственную исключительность, несомненно испытает особое удовольствие, если рынки со временем скажут Америке, что не такая уж она и исключительная.

Кроме того, такие, как Путин, боятся, что этим легкомысленным американцам снова все сойдет с рук. Просто США настолько важны для бесперебойного функционирования глобальной экономики, что остальной мир даже заинтересован в том, чтобы не обращать внимания на безрассудные действия в Вашингтоне. В последний раз, когда Соединенные Штаты в 2011 г. начали безответственно играть с лимитом своего долга, Standard & Poor's понизило их кредитный рейтинг. В то время многие комментаторы усмотрели в этом исторический поворотный момент и предсказали Америке колоссальное увеличение расходов по займам. В действительности же расходы по займам остались на низком уровне. Том и Дэзи снова легко отделались.

То обстоятельство, что Америке удавалось неоднократно и успешно переживать последствия своих безрассудных и легкомысленных действий, восстанавливаясь после кризисов, усилило внутреннее самодовольство и самоуспокоенность в Вашингтоне. А это, в свою очередь, наверняка убедило американских политиков в том, что они могут еще больше рисковать финансами своей страны. Но постоянная игра в русскую рулетку – это очень неблагоприятно. Вполне возможно, что на сей раз Конгресс покрутит барабан и в итоге обнаружит, что пуля-то там все-таки есть. ■

Twitter за миллиард

«Уолл-стрит джорнэл», США

Компания Twitter Inc. заявила о своих планах заработать до 1 млрд долл. на первичном публичном предложении акций. Однако она по-прежнему терпит убытки и сталкивается с проблемами в вопросе привлечения новых пользователей и рекламодателей.

Потенциальные покупатели впервые увидели финансовые показатели одного из самых ожидаемых биржевых дебютантов года, которые говорят о том, что за первые шесть месяцев 2013 г. выручка этой социальной сети более чем удвоилась, составив 254 млн долл.

Вместе с тем ее чистые потери выросли на 40% (до 69 млн долл.) в связи с резким увеличением издержек. Рост числа пользователей Twitter также замедляется, а цены на рекламу, дающие компании основную часть прибыли, снижаются.

Ранее Twitter скрывал свои цифры, подав в июле документы на проведение IPO в конфиденциальном порядке, что соответствует новому федеральному закону. Сумма, которую компания может набрать в ходе первичной подписки, является оценочной, и она может измениться, когда Twitter проведет выездную презентацию для инвесторов, на которой официально предложит им свои ценные бумаги.

Документы указывают на то, что компания оценила себя примерно в 9,7 млрд долл., основываясь на количестве акций в обращении. Эта сумма должна увеличиться до 13 млрд, если включить туда поступления от продаж ценных бумаг. За семь лет компания превратилась из неуверенного стартапа в феноменальное социальное явление. В этой сети 215 млн активных пользователей ежедневно размещают более 500 млн сообщений.

Эта служба коротких сообщений выступает в качестве всемирного форума, на котором пользователи делятся новостями, организуют протестные акции и жалуются на то, что они ели на обед. В 2008 г. Twitter превратил свидетелей теракта в Мумбаи в «гражданских журналистов», и они сообщали миру подробности этой атаки.

Сейчас в этой сети «твитят» свои мысли и общаются с другими пользователями труднодоступные в прошлом фигуры мировой известности, включая Папу Римского, Уоррена Баффета и рэпера Канье Уэста.

Несмотря на свою вездесущность, Twitter остается юной и не до конца созревшей компанией. Цифры указывают на то, что у нее меньше пользователей и меньше прибыли в расчете на пользователя, чем у социальной сети Facebook. ■

Компания
Twitter Inc.
заявила о
своих планах
заработать до
1 млрд долл.
на первичном
публичном
предложении
акций. Однако
она по-
прежнему
терпит убытки
и сталкивается
с проблемами
в вопросе
привлечения
новых
пользователей
и рекламы.



Городское садоводство – образец сельского хозяйства будущего?

«Виртшафтсвохе», Германия

Будь то выращивание овощей на площадях бывшего берлинского аэропорта «Темпельхоф», фермы на крышах нью-йоркских небоскребов или выращивание перца чили на «островках безопасности» в Токио, городское садоводство пускает корни по всему миру.

На кухнях ресторанов класса «люкс» этот тренд также уже давно на полном ходу. Любители «слоуфуд» могут насладиться по полной программе – ведь это дает им свежайшие сезонные продукты, которые не нуждаются в длительной транспортировке и, следовательно, снижают выбросы углекислого газа в атмосферу.

Тем не менее рай «зеленого города» имеет и свои недостатки. Сэм Уортман и Сара Тэйлор Лавэлл, профессора Университета Иллинойса в Урбане-Шампейне провели исследование о проблемах, с которыми сталкиваются городские фермеры. Эти трудности вскоре возникнут и у их коллег в сельской местности. Таковы последствия климатических изменений.

Погодные условия в сельской местности отличаются от городских. В городах отсутствуют оптимальные условия для роста растений. Более высокие дневные и ночные температуры воздуха могут затруднять процесс фотосинтеза, что непосредственно сказывается на количестве урожая.

Для исследования влияния погодных условий на отдельные виды растений профессор Уортман с коллегами решил проанализировать ситуацию в шести различных местах – от самого центра Чикаго до участка, расположенного в 40 км от города. Предварительные результаты показывают, что определенные растения дают лучший урожай в городе, в то время как для других более благоприятны сельские условия. При помощи своего исследования американский профессор не только

хотел дать городским фермерам советы по оптимальному растениеводству. Он рассматривает городские посевные площади как большую лабораторию, потому что городские условия – высокая температура, озонная нагрузка и высокое содержание углекислого газа – по его мнению, вскоре придут и в сельскую местность. Таким образом, результаты его исследования помогут фермерам приспособиться к изменившимся условиям разведения сельскохозяйственных культур.

Еще одним признаком городского садоводства авторы исследования называют крайне высокий уровень содержания свинца в почве. Однако, по мнению Уортмана, проблема состоит не в том, что растения через корни впитывают вещества, содержащие свинец. Его доля очень мала. Проблема для потребителей может состоять в его непосредственном попадании в организм – в случае, если любитель «слоуфуд» не потрудится помыть овощи перед употреблением.

Городские фермеры сталкиваются с такой трудностью, как орошение посевных площадей. Например, на 26-м этаже высотки или на «островках безопасности» в Токио доступ к воде ограничен. Для более экономного использования воды авторы советуют прибегать, например, к капельному орошению и использованию дождевой воды или сточных вод.

Почти 40 лет назад в Нью-Йорке появились первые так называемые общественные сады, в которых городские жители собирались, общались между собой, знакомились с соседями. На пустых участках они возводили сады, чтобы украсить облик города, противодействовать преступности и внести вклад в самообеспечение. Сегодня они вносят свой вклад в исследование сельского хозяйства будущего. ■

Городское садоводство пускает корни по всему миру. Некоторые культуры хорошо чувствуют себя в городских условиях, но некоторые все-таки лучше растут в сельской местности.



Как снять нефтяное проклятие с богатых ресурсами стран

«Крисчен сайенс монитор», США

Венесуэла, которая входит в число нескольких десятков стран, богатых природными ресурсами, представляет собой жалкий образец того, чего не следует делать со своими природными сокровищами. Несмотря на то, что в Венесуэле находятся самые обширные запасы нефти, ее экономика стремительно разваливается на части. В стране наблюдается острая нехватка товаров первой необходимости, чрезвычайно высокий уровень инфляции и постоянные отключения электричества.

Одной из причин, по которой все большее число жителей Венесуэлы сейчас начинают различать истинное положение вещей сквозь дымовую завесу, является то, что многие другие страны, богатые природными ресурсами, находят способы избежать того, что экономисты называют «ресурсным проклятием». Суть этого явления заключается в нецелевом использовании временных прибылей от продажи нефти и полезных ископаемых, это сродни общеизвестному феномену, когда победители лотерей позже быстро оказываются банкротами.

Однако выясняется, что это «проклятие» реально лишь настолько, насколько реальным его решила сделать та или иная страна. Такие государства, как Норвегия, Ботсвана, Чили и Канада, сумели выработать ряд принципов, которые позволяют им экономить и максимально увеличивать прибыль от продажи природных ресурсов.

Во-первых, власти этих стран не скрывают того, куда идут эти деньги, что предполагает наличие в этих государствах определенного уровня демократии. Во-вторых, они распределяют эти деньги более или менее справедливо – особенно это касается будущих поколений – они не растрачивают их, тайно перенаправляя денежные потоки в карманы представителей элиты. В-третьих, они приумножают свои доходы, инвестируя эти деньги в развитие предпринимательства, образования и инфраструктуры.

Поскольку сегодня все большее число стран получает возможность разрабатывать трудно-

доступные месторождения газа и нефти, особенно в глинистых формациях, они ищут способы наилучшего использования доходов от добычи природных ресурсов. Зачастую они обращаются за советами к частным группам активистов и МВФ. При этом лучшим примером того, как можно избежать «проклятия», является Норвегия.

После того, как это скандинавское государство стало экспортировать нефть в 1970-х годах, его власти создали государственный фонд – сейчас это 700 млрд долл. – и вложили средства в иностранные акции, облигации и недвижимость. Власти страны тратят только прибыль от этих инвестиций, используя эти средства для укрепления частной экономики и поддержки занятости женщин, которым они предоставляют довольно длинный декретный отпуск.

На Аляске часть доходов от добычи нефти распределяется между ее жителями в форме ежегодных чеков. Это позволяет ее жителям самостоятельно решать, каким образом можно поддержать экономику этого штата.

Большинство стран, обладающих обширными запасами природных ресурсов, особенно на Ближнем Востоке, не принадлежат к числу демократий. Экономисты до сих пор спорят о том, чем можно это объяснить, – богатством, получаемым от добычи полезных ископаемых, или историческими особенностями той или иной нации.

В России нефтяные деньги способствовали разрушению демократии. Лидеры Мексики и Нигерии пытаются справиться с губительным воздействием нефтяного богатства на демократию этих стран.

Богатство лишится своей разрушительной силой, если все большее число стран сделает выбор в пользу прозрачности, бережливости и политической свободы. И властям Венесуэлы больше не придется выставлять США врагом нации, если они осознают, что «нефтяное проклятие» – это результат их собственной неумелой политики. ■

Многие страны, богатые природными ресурсами, находят способы избежать того, что называется «ресурсным проклятием». Его суть заключается в нецелевом использовании временных прибылей от продажи нефти и полезных ископаемых.

Почему китайских туристов ненавидят

«Ол», США

Китай пугающе быстро движется вперед, но среди его достижений наиболее удивительным, по крайней мере в свете истории, является его стремительное погружение в мир международного туризма. Всего 20 лет назад у большинства китайцев не было никакой возможности получить заграничный паспорт, и более того – почти никто даже и не задумывался о такой возможности. Что же мы видим в наши дни? Правительственная газета China Daily публикует фотогалереи под названием «Давайте вместе посмотрим на 10 чудес света!» Блестящие тяжелые журналы о путешествиях зывают к прохожим с прилавков уличных газетных стендов. Продажи Samsonite (крупнейшего в мире производителя багажных сумок и чемоданов. – *Прим. пер.*) в Китае за прошлый год выросли на 20%. После полувека, в течение которого весь оставшийся мир не сталкивался на отдыхе ни с одним китайцем, ежегодное число китайских туристов, отдыхающих за границей, скоро достигнет 100 млн – если не в этом году, то в следующем.

И миру, знакомящемуся с китайцами, приходится нелегко. «Почему женщины, приехавшие из других стран, могут воспользоваться туалетом, и ты потом едва можешь угадать, что в нем кто-то был, а после китаянок от туалета не сет деревенским рынком?»

Ван Юньмэй ставит этот вопрос в своей новой электронной книге под названием «Свиньи на свободе: китайские туристические группы». Претензии автора разнятся от сравнительно справедливых (курение в помещениях, где это запрещено) до таких, которые, в целом, могут относиться ко всем обитателям земного шара (китайцы занимают все пространство на эскалаторах и бегущих дорожках, не оставляя места для прохода).

В ходе беседы в Интернете Ван объяснила мне, что начала писать «Свиней на свободе...» в 2011 г. «Я постаралась написать ее так, чтобы было понятно, что такое название относится только к тем, кто так себя ведет, а не ко всем китайцам в целом».

«Первая китайская туристическая группа в США» – вот что было написано на майках примерно 250 туристов, прилетевших в Лос-Анджелес 27 июня. Месяц спустя New York Daily News вышла с заголовком «Китайские ту-

ристы захватывают Нью-Йорк». Это было летом 2008 г.

В 1983 г. китайское правительство разрешило гражданам страны путешествовать в Гонконг в составе организованных групп, чтобы навещать друзей и родственников. В 1991 г. следующая волна послаблений открыла для китайских туристов Малайзию, Сингапур и Таиланд. В 1997 г. Китай наконец разрешил гражданам свободно выезжать за пределы страны. До этого момента за границу можно было поехать только на обучение или же по торговым делам. Но и после 1997 г. поехать в США или Европу могли позволить себе лишь те, кто был безумно богат или обладал нужными связями. Но к 2000 г. китайцы совершали уже 10 млн поездок за рубеж ежегодно. Соглашения, заключенные в 2008 г., позволили китайцам ездить в целый ряд стран уже в составе туристических групп. Повесив на туроператоров ответственность за возврат туристов домой, страны вроде США могли больше не бояться, что человек, которому была выдана туристическая виза, может не вернуться в Китай. К 2012 г. число китайских туристов, выезжающих за рубеж, достигло 83 млн. К концу 2013 г. это число может перевалить уже за 100 млн человек.

В июле, согласно данным китайских туроператоров, было продано на 120% больше туров в Россию, нежели в прошлом году, а многие путевки на другие европейские направления оказались полностью распроданы, несмотря на повышение цен на 20%.

Подобно Ван Юньмэй, многие из людей, недовольных китайскими туристами, говорят о том, что их критика вовсе не направлена на китайский народ в целом. Однако подавляющее число материалов о китайском туризме (если речь не о плохом поведении китайцев) – это цифры, цифры, цифры. Сколько они тратят? (По количеству трат на человека – больше, чем кто-либо.) Сколько их? (100 млн, и эта цифра лишь растет.) Насколько быстро увеличивается их число? Оставь за кадром человека, оставь за кадром отдельные жизни – и статистика, столь аккуратная и логичная, превращается в очень и очень серьезную угрозу.

Популярность историй о бескультурном поведении китайцев, подобных тем, что публикует South China Morning Post (Гонконг), частич-

После полувека, в течение которого мир не сталкивался на отдыхе ни с одним китайцем, ежегодное число китайских туристов, отдыхающих за границей, скоро достигнет 100 млн – если не в этом году, то в следующем.



но можно объяснить тем, что такие истории являются подтверждением давно затаенных мыслей о Китае и китайской культуре. Люди также пересказывают друг другу свои личные кошмары и накручивают себя на тему предполагаемой социоэкономической угрозы со стороны КНР. В своей книге Ван не упустила возможности изложить множество подобных историй из жизни. Если хотите увидеть еще больше чего-то подобного, просто забейте слова «китайская туристическая группа» в строку поиска на Tripadvisor.com, откиньтесь на спинку кресла и погрузитесь в мир историй о глобализации в действии. Туристы жалуются о своих встречах с китайцами повсюду: в Индонезии, США, Франции, Новой Зеландии – вплоть до Найроби, Кения, где один путешественник «имел несчастье оказаться в автобусе, забитом представителями китайской туристической группы, которые визжали [sic!] и громко кричали каждый раз, когда мы видели слона».

Крис Боденнер, один из блогеров *The Daily Dish*, написал пост, озаглавленный «Почему у китайских туристов столь плохая репутация». Он приходит к выводу, что «наблюдаемая нами грубость китайских туристов – лишь отражение стремительного возвышения КНР в качестве богатой страны – страны, у которой есть чистый доход, достаточный для того, чтобы представители китайского среднего класса могли выходить на мировой туристический рынок целыми толпами».

Отвечая на прямой вопрос, Ван сказала, что больше всего ее коробит привычка китайцев повсюду плевать. «Один из авторов *Lonely Planet* как-то написал о том, сколько болезней бы исчезло, если бы китайцы отказались от этой привычки», – сообщила она мне.

Любовь китайцев к плевкам – тема, которую непременно затрагивает каждый пишущий о Китае автор. Это, бесспорно, наиболее частый повод для критики китайского общества на Западе и даже внутри самого Китая, где китайцы, считающие себя цивилизованными, относятся к этому явлению чуть ли не жестче, чем любые иностранцы. Искоренение этой привычки было одной из основных целей движения «за новую жизнь», начатого Сун Мэйлин, женой генералиссимуса Чан Кайши, получившей образование в Уэсли.

Когда Ван Ян, вице-премьер Госсовета КНР, в своем майском заявлении затронул некоторые случаи «нецивилизованного поведения» со стороны китайских туристов, сложилось ощущение, что упоминание проблемы с плевками – чуть ли не обязательная часть речи по партийному регламенту.

Вполне вероятно, что сейчас все, кто так или иначе связан с европейским туризмом, обязаны солидной частью своего благосостояния Китаю. Китайские закупщики обеспечивают четверть всех продаж «Бёрберри». Если бы не желание китайцев покупать эту продукцию, дела у этого изготовителя одежды, точно так же, как и у многих других производителей класса «люкс», шли бы куда хуже. Однако китайские туристы в то же время слишком любят сэкономить. Китаец, работающий на пятизвездном курорте на Мальдивах, сообщил о том, что отель всегда убирает электрические чайники из номеров, где останавливаются гости из Китая, чтобы не давать им заваривать лапшу быстрого приготовления (и таким образом заставить их ходить в рестораны, принадлежащие курорту). Мальдивские курорты и отели также обвиняют китайских туристов в том, что те не оставляют чаевых (жалоба просто сногсшибательная. По логике, она должна больше говорить нам об изъянах экономической системы, нежели о чем-то невежестве в отношении чужой культуры).

«Сегодня за обедом нас несколько смущало вульгарное поведение одного американца, который громко разговаривал и шумно хохотал, в то время как все присутствующие вели себя спокойно и корректно», – написал Марк Твен в своем романе «Простаки за границей», опубликованном в 1869 г. «Я действительно считаю, что китайские туристы ничуть не хуже нас самих в схожий период истории, простаки за границей», – написал мне Оснос, добавив, что до прихода американцев «англичане глазели на швейцарцев, осуждая их пристрастие к эспрессо». Оснос отметил: «Все, что мы делали, было проникнуто глубоким чувством любознательности, стремлением познать как можно больше. Могли ли мы похвастаться тонкостью обращения или утонченными манерами? Нет. Но я не думаю, что и наши американские отцы-основатели смогли бы».



Опасное соседство

«Диенас бизнес», Латвия

«Звучит банально, но полезно помнить, как мало отделяет большую часть населения Китая от крайней нищеты и изоляции: одно поколение или, в лучшем случае, два, – отметил Оснос. – Среди них иногда встречаются неотесанные простаки, но большая часть китайских туристов, привлекающих к себе внимание за рубежом, – просто новички. Все видимые грехи, которые они допускают в путешествиях, редко совершаются сознательно; обычно это происходит из-за недостаточной осведомленности, и китайцы быстро восполняют эти пробелы».

Столетие назад американские авторы отмечали, что с точки зрения китайцев носителями ужасных манер были сами жители Запада. «Мало кто из них знал, как правильно войти в комнату или выпить чашку чая, или принять визитную карточку. Каждое действие выдавало их варварское происхождение. У них были невыносимые манеры...» Это цитата из книги «Заморские черти в Изысканном царстве» – в воспоминаниях американца Карла Кроу о его жизни в Китае, опубликованных в 1940 г.

В 1987 г., когда Кроу был уже давно мертв, я, сидя в первом китайском КФС, расположенном прямо напротив площади Тяньаньмэнь, на своем собственном примере осознал, что такое различный подход к манерам. Простояв несколько часов в очереди, я наконец сделал заказ и сел с моим братом за столик, чтобы съесть ведерко курятины, приготовленной по секретному рецепту полковника Сандерса. Несколько минут спустя я поднял взгляд и увидел, что все посетители битком набитого ресторана сидят с палочками и вилками, замершими в воздухе. Китайцы с ужасом наблюдали за тем, как мы с братом от души разрывали куриные ножки и крылышки и размазывали жир по рукам и щекам.

Культурное столкновение с китайскими туристами в действительности всего лишь новейший вариант куда более масштабного и непреходящего конфликта непонимания, давно уже существующего в отношениях Восточной Азии и Запада.

Автор – Абе Сауэр, автор книги «Как быть: Северная Дакота». В данный момент он работает над книгой о китайских потребителях.

Россия
запретила
ввоз литовских
молочных
продуктов,
обосновав это
проблемами
с качеством.
Неужели
продукты, в
отношении
качества
которых нет
возражений
ни у самих
литовцев, ни
у остальных
европейцев, ни
у американцев,
могут
причинить
неоправимый
вред желудкам
жителей
России?

Будучи соседней с Россией страной, нужно считаться с тем, что время от времени приходится становиться жертвой политэкономических игр, которые слабо замаскированы весьма благородными лозунгами. На этот раз честь жертвенного агнца досталась Литве. А именно: Россия запретила ввоз литовских молочных продуктов, обосновав это проблемами с качеством. В этом контексте следует напомнить, что несколько лет назад Россия с очень похожей аргументацией запретила экспортировать на свой рынок продукцию нескольких латвийских производителей шпрот. И в тот раз рассказывалось что-то о требованиях по качеству, однако реальность была намного проще: русские хотели развивать собственное производство шпрот и избавиться от латвийских конкурентов. Эмбарго на латвийские шпроты вскоре было отменено, поскольку оказалось, что российские пищевики не способны производить нормальные шпротные консервы. Как рассказывают знающие люди, нельзя изготовить хорошие шпроты, если чуть ли не совком загружать замороженную рыбу в коптильню, а потом напрямую складывать ее в жестяные банки и поставлять клиентам. В свою очередь, продевать через каждую рыбку нитку российским производителям просто не хватало терпения, поэтому оставалось лишь открыть рынок, так как местным все же хотелось покупать хорошие на вкус шпроты.

Причина закрытия российского рынка для литовских переработчиков молока может быть другой, но принцип тот же – желание добиться своих определенных интересов, прикрыв рынок. Глупо представлять, что продукты, в отношении качества которых нет возражений ни у самих литовцев, ни у остальных европейцев, ни у американцев, могут причинить непоправимый вред желудкам жителей России. Также думается, что особо долго это молочное эмбарго продолжаться не будет. Можно идти на принцип, но лишь так долго, пока это не начинает вредить самим.

Вопрос главным образом в том, что будет происходить до того момента, пока большой сосед прекратит улаживать свои очередные политэкономические интересы. Очевидно, это время переработчикам молока просто придется выдерживать, пережить, работая в более сложных условиях, чем обычно. Россия в очередной раз доказала свою непрогнозируемость, а свою способность быстро подстраиваться к изменению условий и даже выживать, возможно, придется доказывать производителям продовольствия чуть ли не всей Балтии. ■

По материалам
сайта
www.inosmi.ru

МВЦ «Крокус Экспо», 2013–2014 гг.

НОЯБРЬ

- 22–24 ноября, пав. 2, зал 7
12-я международная выставка-форум «ВСЯ НЕДВИЖИМОСТЬ МИРА»
Организатор: «МБ Экспо»
- 23–24 ноября, пав. 2, зал 5
Выставка-продажа щенков и котят разных пород «БЭСТИКИ-ШОУ»
Организатор: Клуб объединённых питомников «БЭСТИКИ»
- 26–28 ноября, пав. 2, зал 6
10-я международная выставка и конференция «СИЛОВАЯ ЭЛЕКТРОНИКА»
Организатор: «Примэкспо», ITE
- 26–29 ноября, пав. 1, залы 1, 2, 3, 4
13-я международная выставка оборудования и технологий деревообрабатывающей промышленности «WOODEX / ЛЕСТЕХПРОДУКЦИЯ»
Организатор: MBK
- 27–30 ноября, пав. 3, залы 12, 13, 14, 15
20-я международная выставка парфюмерии и косметики INTERCHARM
Организатор: Reed Exhibitions

ДЕКАБРЬ

- 7–8 декабря, пав. 3, зал 14
Международная выставка кошек «ГРАН-ПРИ ROYAL CANIN–2013»
Организатор: «Экспо-Арт»
- 10–13 декабря, пав. 3, зал 15
13-я международная специализированная выставка «ОЧКОВАЯ ОПТИКА»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»
- 14–15 декабря, пав. 1, зал 1
Выставка-продажа щенков и котят разных пород «БЭСТИКИ-ШОУ»
Организатор: Клуб объединённых питомников «БЭСТИКИ»
- 20–23 декабря, 27–30 декабря, пав. 3, залы 12, 13
НОВОГОДНЯЯ СТРАНА В «КРОКУСЕ»–2013
Организатор: Продюсерский центр «Седьмая Радуга Развлечений»

ЯНВАРЬ

- 2–8 января, пав. 3, залы 12, 13
НОВОГОДНЯЯ СТРАНА В «КРОКУСЕ»–2014
Организатор: Продюсерский центр «Седьмая Радуга Развлечений»
- 13–16 января, пав. 3, зал 14
Международная специализированная выставка обуви, сумок и аксессуаров «МОСШУЗ–2014»
Организатор: «МосШуз»
- 28–30 января, пав. 1, залы 2, 3, 4
16-я международная выставка и форум CSTB
Организатор: «МИДЭКСПО – выставки и ярмарки»

ФЕВРАЛЬ

- 4–6 февраля, пав. 2, зал 7
Международная специализированная выставка холодильного оборудования, климатической техники и тепловых насосов для промышленности, торговли и строительства «CHILLVENTA РОССИЯ–2014»
Организатор: NuernbergMesse GmbH
- 4–7 февраля, пав. 3, залы 13, 14, 15
18-я международная выставка отопительного и санитарно-технического оборудования AQUA-THERM MOSCOW
Организатор: Reed Exhibitions, ITE
- 4–7 февраля, пав. 1, зал 2
Международная выставка нижнего белья, пляжной моды и чулочных изделий LINGERIE-EXPO–2014
Организатор: MBK
- 10–12 февраля, пав. 2, зал 5
11-я Всероссийская стоматологическая выставка-ярмарка «ДЕНТАЛ РЕВЮ»
Организатор: ДЕ-5
- 10–14 февраля, пав. 3, зал 18
РОССИЙСКАЯ ОБУВНАЯ НЕДЕЛЯ–2014
Организатор: «ЭКСПОШУЗ-Н»
- 11–13 февраля, пав. 2, зал 7
25-я международная специализированная выставка индустрии рекламных сувениров, бизнес-подарков, предметов для промоушн «IPSA РЕКЛАМНЫЕ СУВЕНИРЫ. ВЕСНА»
Организатор: «ИПСА Рекламные сувениры»
- 11–14 февраля, пав. 2, зал 8
19-й международный форум «ТЕХНОЛОГИИ БЕЗОПАСНОСТИ»
Организатор: «Гротек»
- 11–14 февраля, пав. 1, зал 4
Международная выставка «МИР ВКУСА / TASTY WORLD–2014»
Организатор: DP Group

- 18–21 февраля, пав. 3, зал 15
14-я международная специализированная выставка «ОЧКОВАЯ ОПТИКА»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»
- 20–23 февраля, пав. 2, залы 7, 8
16-я международная выставка «ОХОТА. РЫБАЛКА. ОТДЫХ. ВЕСНА»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»
- 20–23 февраля, пав. 2, залы 5, 6
3-я международная специализированная выставка транспортных средств повышенной проходимости «ВЕЗДЕХОД»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»
- 25–27 февраля, пав. 3, зал 18
20-я международная специализированная выставка канцелярских и офисных товаров «СКРЕПКА ЭКСПО. ВЕСНА»
Организатор: «Скрепка Экспо Проект»
- 25–27 февраля, пав. 1, зал 1
7-я международная специализированная выставка композитных материалов, технологий производства композитов, оборудования и изделий из композиционных материалов «КОМПОЗИТ-ЭКСПО»
6-я международная специализированная выставка полиуретановых материалов, технологий и оборудования для производства полиуретанов «ПОЛИУРЕТАНЭКС»
2-й международный форум по материаловедению «ИННОВАЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ И ТЕХНОЛОГИИ» (ИМТЕХ)
2-я международная специализированная выставка легких инженерных конструкций RUSLITE
Пав. 1, зал 4
2-я международная специализированная выставка «КЛЕИ И ГЕРМЕТИКИ»
Организатор: «Мир-Экспо»
- 27 февраля – 1 марта, пав. 3, залы 12, 13
13-я международная выставка для профессионалов индустрии красоты KOSMETIK EXPO
9-я международная выставка ногтевой индустрии NAILEXPO
Организатор: KOSMETIK international
- 28 февраля – 2 марта, пав. 1, зал 3
11-я международная выставка «МОТО ПАРК»
Пав. 1, зал 2
10-я международная специализированная выставка-шоу «ВЕЛО ПАРК»
Организатор: «РТЕ-Групп»

МАРТ

- 1–2 марта, пав. 2, зал 11
Международная выставка кошек «КЭТСБУРГ–2014»
Организатор: «Супрэм»
- 4–6 марта, пав. 1, зал 1
Специализированная выставка, посвященная развитию инфраструктуры аэропортов, аэродромов, вертолетных площадок и гражданской авиации России и стран СНГ NATIONAL AIRPORT INFRASTRUCTURE SHOW–2014
Организатор: Reed Exhibitions
- 4–6 марта, пав. 2, зал 5
Международная выставка индустрии быстрого питания INTERNATIONAL FAST FOOD FAIR MOSCOW / IFFF–2014
Организатор: ITE
- 11–16 марта, пав. 3, залы 13, 14, 15
7-я международная выставка катеров и яхт «МОСКОВСКОЕ БОУТ ШОУ»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»
- 12–14 марта, пав. 3, зал 18
Международная специализированная выставка товаров для детей «ДЕТСТВО / TOYS & KIDS RUSSIA–2014»
3-я международная специализированная выставка «РЕГИОНЫ РОССИИ – ДЕТЯМ»
Организатор: «НАИР ЭКСПО»
- 13–16 марта, пав. 2, залы 5, 6, 7, 8
10-я международная выставка «САЛОН КАМИНОВ»
10-я международная выставка индустрии природных технологий «ДЕРЕВЯННЫЙ ДОМ»
8-я международная выставка «AQUA-SALON. WELLNESS & SPA. БАССЕЙНЫ И САУНЫ»
7-я международная выставка «ДОМ И САД. MOSCOW GARDEN SHOW»
Организатор: World Expo Group
- 15–18 марта, пав. 1, залы 2, 3, 4
Международная туристская выставка «ИНТУРМАРКЕТ (ITM)–2014»
Организатор: «Экспотур»

Календарь выставок

18–21 марта, пав. 2, залы 10, 11

Международная специализированная выставка хозяйственных товаров, посуды и товаров для дома HOUSEHOLD EXPO–2014

Международная специализированная выставка товаров для дачи и отдыха за городом OUTDOOR DACHA–2014

Международная специализированная выставка товаров подарочной индустрии CHRISTMAS BOX. PODARKI–2014

Международный форум HORECA. JUST HORECA–2014

Организатор: «МОККА Экспо Групп»

18–21 марта, пав. 2, зал 9

Международная специализированная выставка Высокого Интерьера LuxuryHITS (LUXURY & HIGH INTERIOR TRADE SHOW)–2014

Международная специализированная выставка товаров для дома премиум-класса STYLISH HOME. OBJECTS & TABLEWARE–2014

Организатор: «ИнтерДеко Экспо»

22–23 марта, пав. 3, залы 13, 14, 15

Международная выставка собак «ЕВРАЗИЯ–2014»

Организатор: Российская Кинологическая Федерация

24–27 марта, пав. 3, залы 17, 18

Международная специализированная выставка обуви, сумок и аксессуаров «МОСШУЗ–2014»

Организатор: «МосШуз»

26–27 марта, пав. 2, зал 10

Международная специализированная выставка широкого спектра товаров, реализуемых под собственными торговыми марками ритейлеров «СОБСТВЕННАЯ ТОРГОВАЯ МАРКА (IPLS)–2014»

Организатор: Reed Exhibitions

АПРЕЛЬ

1–3 апреля, пав. 3, зал 14

7-й международный медико-фармацевтический форум/выставка «ИНДУСТРИЯ ЗДОРОВЬЯ. ФАРМАЦИЯ И ФАРМАКОЛОГИЯ»

Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

Международная специализированная выставка «МЕДИЦИНСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ» (MedTek Moscow)

Организаторы: Universal Expo Group, МВЦ «Крокус Экспо»

1–4 апреля, пав. 2, зал 9

Международная специализированная выставка GARDEN BUILD

Организаторы: МВЦ «Крокус Экспо», «ГринЭкспо»

1–4 апреля, пав. 1, 2, залы 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

Международная строительно-интерьерная выставка VATIMAT RUSSIA

Организаторы: «МЕДИА ГЛОБ», МВЦ «Крокус Экспо»

9–11 апреля, пав. 3, зал 14

18-я международная выставка и конференция «MININGWORLD RUSSIA – ГОРНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ, ДОБЫЧА И ОБОГАЩЕНИЕ РУД И МИНЕРАЛОВ»

Организаторы: «Примэкспо», ITE

10–13 апреля, пав. 2, залы 5, 7, 8

Международная выставка потребительской электроники CONSUMER ELECTRONICS & PHOTO EXPO–2014

Организатор: «Мидэкспо – выставки и ярмарки»

11–13 апреля, пав. 1, зал 4

5-я международная выставка MOSCOW HOBBY EXPO

Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

17–19 апреля, пав. 3, залы 13, 14

Выставка профессиональной косметики и оборудования для салонов красоты INTERCHARM professional–2014

Организатор: Reed Exhibitions

18–20 апреля, пав. 3, зал 15

6-я международная специализированная выставка «МОСКОВСКОЕ ТЮНИНГ ШОУ»

Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

21–24 апреля, пав. 2, залы 7, 8

35-й московский международный стоматологический форум и выставка «ДЕНТАЛ САЛОН»

Организатор: ДЕ-5

22–25 апреля, пав. 1, залы 1, 2, 3, 4

19-я международная выставка и конференция по транспорту и логистике «ТРАНСРОССИЯ»

Организатор: ITE

МАЙ

20–22 мая, пав. 2, зал 8

Международная специализированная выставка «УНИВЕРСАМ (SUPERMARKET MOSCOW)»

Международная специализированная выставка HOREBA MOSCOW

Организаторы: Universal Expo Group, МВЦ «Крокус Экспо»

20–24 мая, пав. 3, залы 13, 14, 15

МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕБЕЛЬНЫЙ САЛОН / MIFS / ROOMS MOSCOW–2014

Организаторы: «МЕДИА ГЛОБ», МВЦ «Крокус Экспо»

ИЮНЬ

3–6 июня, пав. 2, залы 5, 6, 7, 8

Международный водный форум «ЭКВАТЭК–2014 (ВОДА: ЭКОЛОГИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ)»

9-я международная выставка «СИТИПАЙП (ТРУБОПРОВОДНЫЕ СИСТЕМЫ КОММУНАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ: СТРОИТЕЛЬСТВО, ДИАГНОСТИКА, РЕМОНТ И ЭКСПЛУАТАЦИЯ)»

Выставка и конференция по бестраншейным технологиям «NO-DIG МОСКВА–2014»

Международная выставка «БВ-ШОУ (БУТИЛИРОВАНИЕ И БУТИЛИРОВАННЫЕ ВОДЫ)–2014»

Организатор: «СИБИКО Интернэшнл»

3–7 июня, пав. 1, 3, залы 1, 2, 3, 4, 13, 14, 15

15-я международная специализированная выставка «СТРОИТЕЛЬНАЯ ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ»

Организатор: «МЕДИА ГЛОБ»

9–12 июня, пав. 3, зал 18

Международная специализированная выставка обуви, сумок и аксессуаров «МОСШУЗ–2014»

Организатор: «МосШуз»

16–19 июня, пав. 3, залы 13, 14, 15

МИРОВАЯ НЕФТЯНАЯ ВЫСТАВКА В РАМКАХ 21-го МИРОВОГО НЕФТЯНОГО КОНГРЕССА

Организатор: Российский национальный комитет Мирового нефтяного совета (РНК МНС)

17–19 июня, пав. 2, зал 8

9-я международная специализированная выставка «ROSMOULD / ФОРМЫ. ПРЕСС-ФОРМЫ. ШТАМПЫ»

5-я международная специализированная выставка сырья, оборудования и технологий для производства изделий из пластмасс «РОСПЛАСТ. ПЛАСТМАССЫ. ОБОРУДОВАНИЕ. ИЗДЕЛИЯ»

Организатор: ЭМГ

17–20 июня, пав. 1, залы 1, 2, 3, 4

19-я международная выставка упаковочной индустрии ROSUPACK

Организатор: МВК

19–21 июня, пав. 2, зал 7

Международная специализированная выставка «СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ (NEWTEK MOSCOW)»

Пав. 2, зал 6

Международная специализированная выставка «ДОМ ВЫСОКИХ ТЕХНОЛОГИЙ (НОМТЕК MOSCOW)»

Организаторы: Universal Expo Group, МВЦ «Крокус Экспо»

АВГУСТ

27 августа – 7 сентября, пав. 2, 3, залы 5, 6, 7, 8, 12, 13, 14, 15

МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ АВТОМОБИЛЬНЫЙ САЛОН–2014

Организаторы: МВЦ «Крокус Экспо», НП «Объединение автопроизводителей России»

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

10-я международная выставка автомобильной индустрии «ИНТЕРАВТО»

Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

В программе выставок возможны изменения и дополнения.

СМОТРИ как КРУТО!

400 МАГАЗИНОВ
АТТРАКЦИОНЫ
ФИТНЕС
КИНО / КАТОК
КАРТИНГ

VEGAS

РЕКЛАМА



24 КМ МКАД X КАШИРСКОЕ ШОССЕ

**БЕСПЛАТНЫЕ АВТОБУСЫ ОТ М. ДОМОДЕДОВСКАЯ,
М. МАРЬИНО, М. ДМИТРИЯ ДОНСКОГО**

WWW.VEGAS-CITY.RU

0+



МИХАИЛ ЖВАНЕЦКИЙ
1 декабря **ВС** 19:00
билеты 2 200 — 4 000 р


16+



**KAAS
CHANTE
PIAF**

КААС ПОЕТ ПИАФ
3 декабря **ВТ** 20:00
билеты 2 200 — 15 000 р.

12+



ДИАНА АРБЕНИНА
5 декабря **ЧТ** 20:00
билеты 1 200 — 10 000 р

0+




ELTON JOHN
6 декабря **ПТ** 20:00
билеты 3 000 — 30 000 р

12+



ШОУ МОНАХОВ ШАОЛИНЯ
7 декабря **СБ** 15:00 | 20:00
билеты 1 000 — 15 000 р

6+



ЛЕОНИД АГУТИН
8 декабря **ВС** 18:00
билеты 1 200 — 8 000 р

0+



NATALIA OREIRO
9,10 декабря **ПН** 19:30
билеты 1 500 — 15 000 р

6+



EMIN
11 декабря **СР** 20:00
билеты 2 500 — 6 000 р

6+