

Бизнес и Выставки

№6 (72) 2014



В НОМЕРЕ:

Четверть века и один день

Выставки в зеркале санкций

Встретимся в Сент-Луисе

Аукцион китайского искусства

CROCUS CITY HALL

11 ДЕКАБРЯ

LIVE С ДРУЗЬЯМИ

КОНЦЕРТ

Емин

С ОРКЕСТРОМ

10 ДЕКАБРЯ

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ
КОНЦЕРТ

С 1 ДЕКАБРЯ



Емин



+7 (499) 55 000 55

Адрес: Москва, Савельевский проезд, д. 10/10/10, к. 1, Метро: Савельевская, ДТЗРП 101716020002

www.crocus-hall.ru



Доступно в
iTunes




Группа Компаний
Grand Gusto Group



Sucree
Ванкейт

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

 8 925 544 70 45
8 925 508 60 06

www.gg-g.ru

РЕСТОРАНЫ КРОКУС СИТИ МОЛЛ

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

Asia

паназиатская кухня
+7 (495) 727-17-12

**ТРАКТИРЬ
ПОЖАРСКОГО**

русская кухня
+7 (495) 727-17-14

Бизнес и Выставки

№ 6 (72) 2014

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,
ул. Международная, д. 18
МВЦ «Крокус Экспо»
Тел./факс: (495) 727-2676
Интернет: <http://www.crocus-expo.ru>
<http://www.biz-expo.ru>
<http://www.biv-expo.ru>

Эл. почта: journalbv@crocus-off.ru

Учредитель:

АО «Крокус Интернэшнл»
Адрес: 143402, Московская обл.,
г. Красногорск,
ул. Международная, д. 18

Дизайн-проект и верстка:

«Арт Юнит Принт»

Распространение в деловых центрах Москвы:

Агентство Mamta 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.



От издателя 4

КРОКУС: новости компании 5

ГЛАВНАЯ ТЕМА

Выставки в зеркале санкций 6

Барометр показывает «ясно» 10

Четверть века и один год 12

План выполнили 16

Трудности закаляют 20

Идем в ногу со временем 24

Мы готовы к развитию 28

Переживали и не такое. 32

ВЫСТАВКИ И РЫНКИ

Выставки, конгрессы, форумы 34

«Крокус Экспо»: день за днем. 36

Охотнику зверь, что рыба рыбаку. 38

Мяу, мяу, гав! 40

Полезный реестр. 41

ИСТОРИЯ УСПЕХА

Поиграем? 42

ВЫСТАВОЧНЫЕ И КОНГРЕССНЫЕ ЦЕНТРЫ

Неспящее сердце Ирана 48



Из ПРОШЛОГО

Встретимся в Сент-Луисе.50

ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ

Налоги выше – рост ниже56

РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА

Ценообразование в выставочном деле58

РЫНКИ И ЦЕНЫ62

ВСЁ НА ПРОДАЖУ

Новости аукционов64

ДАЙ ДЖЕСТ

Санкции, которые легко снять69

Казахстан и ЕС: новая глава70

Русская газовая рулетка73

«Нельзя пить за рулем! Нельзя, нельзя!»77

КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК

Туризм31

«Крокус Экспо»79

42



50

DISCOVER

ОТ ИЗДАТЕЛЯ



заканчивается 2014 г., оказавшийся напряженным и непредсказуемым для бизнеса. Тем не менее выставочная отрасль завершает его с позитивными результатами. Общая площадь выставок и другие показатели, судя по предварительным прикидкам крупнейших выставочных операторов, будут выше, чем в предыдущем году.

Наши партнеры сохраняют позитивный настрой и дают оптимистические оценки перспектив рынка. Такая позиция дает основания утверждать, что выставочный бизнес, являясь частью общей экономики страны, имеет одновременно собственные драйверы роста и развития.

хочу высказать удовлетворение отношениями, которые складываются у нас с нашими партнерами. Тот прогресс, которого мы достигли в уходящем году, стал возможен благодаря взаимопониманию, заинтересованности в общем успехе нашего дела, стремлению вместе продвигать вперед выставочную отрасль.

Поздравляю всех сотрудников «Крокус Экспо», наших постоянных партнеров, участников и посетителей выставок в МВЦ «Крокус Экспо» с наступающим Новым годом! Желаю всем еще больших успехов, удачи и процветания в предстоящем году!

Арас АГАЛАРОВ

Изменилось название компании ЗАО «КРОКУС», которая юридически правильно теперь именуется как АО «КРОКУС». Это связано со вступлением в силу с 1 сентября 2014 г. новых поправок в Гражданский кодекс РФ, согласно которым вместо акционерных обществ и обществ с ограниченной ответственностью компании получают название публичных (ПАО) и непубличных (АО). Согласно новой статье 66.3 ГК РФ, акционерное общество является публичным, если его акции и ценные бумаги размещаются публично. Непубличными компаниями теперь именуются все остальные, к которым относится и АО «КРОКУС».



Губернатор Московской области Андрей Воробьев и президент АО «КРОКУС» Арас Агаларов открыли пешеходный мост через Москву-реку, соединивший г. Красногорск с Крокус Сити. Новый мост стал кратчайшей дорогой к станции метро «Мякинино» для жителей Красногорска. Еще одно событие, в котором приняли участие официальные представители правительства Московской области и АО «Крокус», – открытие торгового центра «Твой дом» на Новорижском шоссе.



В ресторане Rose Bar состоялась пресс-конференция известного кутюрье Тони Ворда, который приехал в Россию для показа своих моделей в московском выставочном зале «Манеж» в рамках Недели моды Mercedes Benz Fashion Week. Дом Tony Ward впервые представил коллекцию «прета-порте» на подиуме, до этого все его коллекции относились к категории «от кутюр» и выставлялись только в шоу-румах. Тони Ворд уже 8 лет сотрудничает в России с Crocus Atelier Couture. Среди его клиентов – актрисы Виктория Толстоганова, Елена Захарова, Юлия Савичева.

заместитель генерального директора АО «КРОКУС» Леонид Лозбенко принял участие в 53-м съезде Международной ассоциации конгрессов и конференций (ICCA), который состоялся в Анталии, Турция, с 1 по 5 ноября 2014 г. На съезде прошла презентация новых возможностей организации крупных деловых мероприятий в Крокус Сити, а также представлены перспективы и преимущества проведения подобных мероприятий в странах СНГ.



В Крокус Сити холле прошел III Международный конкурс вокалистов имени Муслима Магомаева. В нем участвовали 14 исполнителей из 9 стран, которые были отобраны из числа 180 заявок, поступивших от претендентов из 19 стран. Мнение жюри относительно победителя оказалось единогласным: наибольшее количество баллов набрал баритон из Монголии Ариунбаатар Ганбаатар. Он занял первое место, став обладателем премии в 25 тыс. долл. Второе место и вторую премию поделили между собой теноры из Армении и Белоруссии, а третье место жюри отдало представителям Азербайджана. Конкурс организует Фонд культурно-музыкального наследия Муслима Магомаева, учредителем которого является президент «Крокус Групп» Арас Агаларов, а председателем жюри – Тамара Синявская.



Компания «Крокус Групп» поздравила МГИМО МИД России с 70-летним юбилеем. В качестве подарка «Крокус Групп» построила для университета новое футбольное поле. Ректор университета Анатолий Торкунов вручил президенту «Крокус Групп» Арасу Агаларову памятную медаль-орден «за заслуги» МГИМО (У) МИД России.

ВЫСТАВКИ В ЗЕРКАЛЕ

Торгово-промышленные выставки по праву считаются зеркалом, в котором с той или иной степенью точности отражается текущее состояние национальной экономики. События 2014 г., выразившиеся в нескольких волнах западных санкций, а затем — и в российском эмбарго на ввоз продуктов питания, не могли не сказаться на выставочном бизнесе.

Весной и летом ответить на вопрос о том, как санкции отражаются на выставочном бизнесе, не мог никто. Ведь выставки первой половины года формировались задолго до осложнения внешнеполитической обстановки.

Но вот пришла осень, и первые итоги уже можно подвести. Базируется они должны не на мнениях экспертов, а на появившейся статистике.

Источник РОСТА – ЭМБАРГО

В середине сентября в Москве с успехом прошла 23-я международная выставка продуктов питания и напитков World Food Moscow – один из двух ведущих продовольственных смотров страны. Свою продукцию представили 1449 экспонентов, в том числе 971 иностранная компания из 69 стран.

В итоговом пресс-релизе устроитель, московский офис IPE, с гордостью сообщил, что в этом году, несмотря ни на что, проект не потерял ни одного квадратного метра экспозиционной площади. Но успех этой выставки измерялся не только квадратными метрами.

Как известно, Указ Президента Российской Федерации Владимира Путина о применении отдельных специальных экономических мер для обеспечения безопасности России (запрет в течение года ввозить сель-



Эмбарго дало
старт попыткам
передела
российского
рынка
продовольствия,
на него
пробиваются
новые игроки.

САНКЦИЙ



скохозяйственную продукцию, сырье и продовольствие из стран, которые ввели антироссийские санкции), был подписан 6 августа.

за два дня до этого на сайте выставки (www.world-food.ru) можно было видеть список экспонентов с указанием страны происхождения по состоянию на начало августа. Сегодня этот перечень можно считать документом времени. Сравнение статистики, датируемой 4 августа, с официальным каталогом дает характерную, буквально зеркальную, картину ключевых тенденций развития российского продовольственного рынка в течение всего лишь одного месяца действия эмбарго.

за полтора месяца значительно снизилось участие компаний из США, Норвегии, Чехии и Великобритании. В то же время их коллеги из Германии, Нидерландов, Греции, Испании, Эстонии и Латвии оказались не столь пессимистичны, их присутствие не претерпело изменений.

Впервые за 20 лет экспоненты из Европы не могли напрямую договариваться о поставках продукции с российскими партнерами, однако, судя по обрывкам фраз, услышанных на стендах, переговоры все-таки шли, и весьма активно, и договоры заключались – с казахстанскими и белорусскими юридическими лицами, которые при близком рассмотрении оказывались гражданами России.

На общем фоне европейского участия самым удивительным фактом стал «польский прорыв» – значительный рост экспозиции Польши – единственной страны, попавшей под эмбарго, которая почти вдвое увеличила свое присутствие: в двух павильонах располагались два масштабных стенда.

Ну, а что делала другая сторона – поставщики продовольствия со всего мира, которые могут выиграть от введения эмбарго? Как они отреагировали на ситуацию?

Ровно так, как и можно было предполагать. Абсолютный рекордсмен – Китай: за полтора месяца количество компаний из этой страны увеличилось с 146 до 254. На втором месте – Россия, которая также прибавила немало – 92 экспонента.

Существенно возросло присутствие Ирана, ОАЭ, Саудовской Аравии, Турции и даже воюющей Сирии.

В то же время участие ряда стран, как попавших под эмбарго, так и свободных от него, не изменилось.

Можно отметить и очевидно позитивное явление – появление новых российских производителей. Согласно предварительному списку, в выставке должны были участвовать 386 отечественных экспонентов. В официальном каталоге их 478. В это число не включены 6 структур, которые в каталоге отмечены как российские, видимо, только в силу их юридической регистрации: Норвежский комитет по рыбе, Торговая палата Эквадора в Москве, Федерация экспорта мяса США и пр.

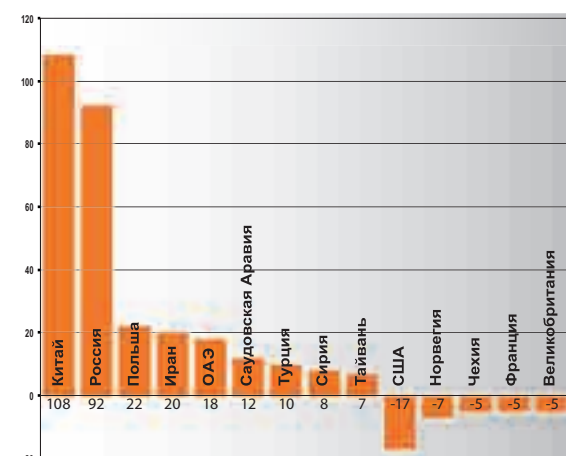
Распределение новых экспонентов по роду деятельности таково: печатные и электронные средства массовой информации – 40, производители продуктов питания – 26, поставщики и торговые компании – 26 (в

Распределение новых российских экспонентов выставки worldfood Moscow–2014 по роду деятельности



На выставке World Food Moscow–2014 появилось около сотни новых российских участников. Однако рекордсменом стал Китай – за полтора месяца количество компаний из этой страны увеличилось с 146 до 254.

Изменение количества экспонентов выставки worldfood Moscow–2014





Осенний форум «Отдых/Leisure» в «Крокус Экспо» показал сокращение общего числа экспонентов с 931 в 2013 г. до 881 в 2014 г., при этом количество российских участников выросло на 51, а иностранных – упало на 101.

Просматриваются снижение интереса к нашей стране иностранных туристических компаний и желание отечественных фирм занять их место.



Польша – единственная страна, попавшая под эмбарго, которая почти вдвое увеличила свое присутствие на выставке World Food Moscow: в двух павильонах располагались два масштабных стенда.

том числе «чистые импортеры» – 13), иные экспоненты (НИИ, типография, складские, логистические и транспортные компании) – 11.

Показательно, что в Москву приехали производители со всей России, начиная с предприятия «Кубанские хлебцы» и заканчивая производителями рыбной продукции с Дальнего Востока – это «Якутская рыбная компания» и рыбозавод «Байкал» из села Сотниково Республики Бурятия.

Статистика подтверждает, что в целом выставка выиграла: небольшое, по общим меркам, падение числа экспонентов из США и отдельных европейских стран с лихвой перекрыто ростом только российских экспозиций, не говоря уже о китайских товарищах, которые, кажется, заполнили все возможные углы и самые дальние закоулки павильонов.

И это вполне закономерно: эмбарго дало старт попыткам передела российского продовольственного рынка, а значит на него пробиваются новые игроки, и первым инструментом их экспансии является масштабное участие в ведущих отраслевых выставках. Характерно, что страны, которые теоретически могут потерять наш рынок в случае, если санкции останутся в силе достаточно долго, также не сдали позиций (не считая немногочисленных американцев, англичан, норвежцев и чехов).

Статистика World Food Moscow-2014 дает один из ответов на вопрос: как санкционная война влияет на российский выставочный бизнес? Очевидно, что она отвечает и на другой, гораздо более давний вопрос: чем является выставочный бизнес по своей сути – двигателем экономики или ее зеркалом? Ясно, что такие мощные отраслевые смотры несут в себе обе функции, являясь одним из самых эффективных инструментов развития национальной экономики.

не нужен нам берег французский...

Всем известны драматические события на туристическом рынке России. Летом и осенью свою деятельность прекратили сразу несколько ведущих туроператоров. Повлияло ли это на профильные мероприятия?

Понятно, что весенние туристические выставки формировались по правилам «мирного времени». Но вот осенний форум «Отдых/Leisure» теоретически должен был отразить ситуацию.

Форум проходил в «Крокус Экспо» в сентябре. Организатор – «Евроэкспо». В 2013 г., согласно данным справочника «Выставки Москвы-2014», в нем участвовал 931 экспонент, в том числе 498 иностранных. В этом году – 881 компания, включая 397 зарубежных (www.tourismexpo.ru).

Таким образом, в сравнении с прошлым годом, количество российских участников выросло на 51, иностранных – упало на 101, а общее их число сократилось на 50.

Как можно интерпретировать эти цифры? Вполне просматривается снижение интереса к нашей стране иностранных туристических компаний и желание отечественных игроков занять их место. Станет ли это тенденцией, покажет время.

И недвиж имось нам не нужна?

По дружной оценке экспертов, западные санкции в первую очередь направлены на то, чтобы отрезать Россию от мировых финансовых рынков, и, таким образом, по отношению к промышленным и торговым компаниям они носят вторичный характер. Иначе говоря, влияние на деятельность предприятий проявляется не сразу, а постепенно нарастает.

Это касается практически всех сфер реальной экономики. В то же время есть и исключения. Некоторые сегменты рынка, в силу их специфики, ощущают влияние санкций буквально сразу, как говорится, здесь и сейчас. Соответственно, это не может не сказаться на выставках.

Поскольку чисто «банковских» экспозиций у нас нет – движение капитала любит тишину, – неприятности в первую очередь могли кос-

наться мероприятий, связанных с российскими инвестициями в недвижимость и иные активы за рубежом.

Статистика подтверждает это предположение, причем речь идет не только об осенних, но и о весенних проектах, когда никаких санкций еще не было, но общее ощущение нестабильности уже существовало.

Дважды в год компания aiGroup проводит профильные международные выставки Property Show (недвижимость за рубежом) и Investshow (инвестиции за рубежом), а также один раз в год, в феврале, – выставку недвижимости «Болгарский дом в Москве».

Сравнение показателей этих проектов 2013 и 2014 гг. свидетельствует о следующем изменении количества экспонентов: Investshow – весна: рост на 1,3%, с 158 до 160 (www.investshow.ru); Property Show – весна: падение на 11,2%, с 196 до 174 (www.propertyshow.ru); «Болгарский дом в Москве»: падение на 24,4%, с 82 до 62 (www.bgshow.ru); Investshow – осень: падение на 25,4%, с 181 до 135 (www.investshow.ru).

Что касается осенней Property Show, то на момент подписания журнала она еще не состоялась.

Другой пример касается ведущей отраслевой выставки «Домэкспо», представляющей одновременно и российскую, и зарубежную недвижимость. Мероприятие проходит два раза в год. Организатор – РВК «Эксподизайн».

В 2012 г. в осеннем смотре «Домэкспо» участвовали 204 экспонента (включая 103 иностранных); в 2013 г. – 202 (92), в 2014 г. – 176 (62). (Статистика за 2012–2013 гг. приводится по отчетам о проведении выставочного аудита по правилам РСВЯ; данные за 2014 г. – по состоянию на 10.10.2014.) Таким образом, в сравнении с прошлым годом общее число участников снизилось на 12,9%, а зарубежных – на 32%.

Совсем иную картину – рост на 21,6% – демонстрирует конкурирующая выставка-ярмарка «Недвижимость», которую весной и осенью организует компания «Привет-Экспо». В марте 2014 г. в ней приняли участие 167 компаний, в сентябре – 203. Стоит отметить, что в обоих случаях чуть меньше половины экспонентов составили СМИ.

Еще одно событие схожей тематики – ежегодный международный инвестиционный форум PROEstate. Устроитель: PROEstate Events. Речь идет о петербургском конгрессно-выставочном мероприятии, «переехавшем» в столицу в 2013 г. Тогда его выставочная экспозиция включала 61 стенд, через год – 38. В данном случае речь, скорее всего, идет не о влиянии внешних факторов, а об обычной конкуренции: сколько, в конце концов, нужно выставок по недвижимости в Москве?

Конечно, исходя из имеющейся статистики, сложно делать долгосрочные выводы и прогнозы. Это лишь самая первая информация для размышления. Однако общее направление движения вполне очевидно: в условиях санкций интерес иностранцев к демонстрации в России своих vill и апартаментов существенно снижается. В то же время количество компаний, предлагающих недвижимость внутри страны, пока серьезно не меняется.

Нет сомнений, приведенные примеры носят частный характер и касаются отраслевых проектов, которые оказались затронутыми санкциями на самой первой стадии их применения.

Однако, в случае сохранения неблагоприятной международной обстановки, влияние санкций будет медленно, но неуклонно распространяться и на другие отраслевые проекты, отражающие состояние разных сегментов рынка. В этой ситуации остается лишь верить и надеяться, что здравый смысл рано или поздно возобладает и санкционная война прекратится.

Александр белян ОВск Ий,
«Информэкс ПО» – специально для журнала «бизнес и Выставки»



В условиях санкций интерес иностранцев к демонстрации в России недвижимости существенно снижается. В то же время количество компаний, предлагающих недвижимость внутри страны, пока серьезно не меняется.

Весной и летом ответить на вопрос о том, как санкции отражаются на выставочном бизнесе, не мог никто. Сегодня первые итоги уже можно подвести.



Василий Перов.
Сцена у железной дороги, 1868.



БАРОМЕТР

Очередное исследование Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) показывает, что представители отрасли довольно позитивно оценивают перспективы на будущее. Для большинства из них экономический кризис остался позади, а обороты и прибыли растут.

Большинство выставочных компаний сообщают о росте прибыли и оборотов и ожидают продолжения положительной динамики в 2015 г.

Всемирная ассоциация выставочной индустрии выпустила очередной, 13-й, «Глобальный выставочный барометр» (Global Exhibition Barometer), в котором анализируются ответы представителей отрасли на вопросы ассоциации о текущем состоянии дел и перспективах развития выставочного бизнеса в мире. Барометр выпускается дважды в год с 2009 г., когда общий экономический спад затронул и выставочную сферу, поэтому исследования UFI называют также Барометром кризиса. Для подготовки обзора UFI рассылает анкету с вопросами всем членам организации из 85 стран. В нем также учитываются данные аналогичного исследования, проводимого в США Обществом независи-

мых организаторов мероприятий, мнения членов Международной ассоциации выставок Центральной и Южной Америки и Ассоциации организаторов выставок и других мероприятий Южной Африки. Таким образом исследование дает широкую и репрезентативную картину состояния выставочной отрасли в мире, ее перспектив, как они видятся представителям выставочного сообщества.

При работе над 13-м «Глобальным выставочным барометром» были учтены ответы, полученные от 210 выставочных организаций из 63 стран мира. Результаты, полученные в ходе данного опроса, наряду с данными предыдущих обзоров, дают адекватную картину влияния экономического кризиса на выставочную отрасль, начиная с 2008 г.

На глобальном уровне ситуация представляется вполне устойчивой. В целом, начиная с 2011 г., настроение участников рынка остается позитивным, большинство компаний во всех регионах сообщают о росте прибыли и оборотов и ожидают продолжения положительной динамики в 2015 г. Почти 50% компаний заявляют, что после 2010 г. их ежегодная прибыль росла не менее чем на 10%. Вместе с тем 56% респондентов считают, что влияние кризиса на их бизнес еще не закончилось, хотя большинство ожидают этого в 2015 г.

В среднем 7 из каждых 10 компаний во всех регионах, кроме Ближнего и Среднего Востока, заявили о росте своего бизнеса в 2014 г. Что касается первой половины 2015 г., то здесь ожидания более скромные – только 6 компаний из 10 уверены в росте оборота. По отдельным странам цифры на 2014 г. таковы: в США 8 из 10 компаний объявили о росте оборотов, в Германии, Турции и ЮАР – таких 7, в Китае – 6, в России – 5.

Прогноз на первую половину 2015 г. отражает высокую степень неопределенности, сохраняющуюся в некоторых странах. Так, 33% ответивших на



ПОКАЗЫВАЕТ «ЯСНО»

вопросы UFI в Сингапуре, 29% в Турции, 27% в России и 25% в Китае не уверены в том, что им удастся расширить свой бизнес.

В среднем четверть всех принявших участие в исследовании компаний заявили, что в 2013 и 2014 гг. их операционная прибыль выросла по сравнению с предыдущим годом. Если же более подробно рассматривать ситуацию в конкретных странах, то выводы неоднозначные. Так, за прошедший год ситуация существенно улучшилась в США, где количество позитивных ответов увеличилось с 22% до 50%, в Турции (с 14% до 62%), в Южной Африке (с 33% до 39%) и в Германии (с 46% до 53%). Судя по ощущениям участников рынка, положение ухудшается в России (количество положительных ответов упало за год с 70% до 13%), в Китае (с 52% до 25%) и до некоторой степени в Сингапуре (с 62% до 57%).

Принявшим участие в опросе компаниям задавали вопрос о том, ощущают ли они всё ещё влияние экономического кризиса на свой бизнес или он окончательно остался в прошлом. Каждая вторая компания во всех регионах мира, за исключением Европы, считает, что кризис позади. В Европе такой оптимизм выражают лишь 3–4 компании из 10. Те из операторов рынка, которые чувствуют, что кризис ещё не закончился, снова сдвинули на более позднюю дату (по сравнению со своими же ответами год назад) его предполагаемое завершение. Количество компаний, которые полагают, что кризис закончится в 2015 г., увеличилось с 42% год назад до 52% в последнем обзоре. 43% полагают, что кризис уйдет в прошлое только после 2015 г. Это общие цифры, а в каждой отдельной стране уровень оптимизма сильно разнится. Так, в Сингапуре 86% компаний полагают, что кризис больше не оказывает влияния на их бизнес, в США – 70%, в Турции – 50%, в Германии – 47%, в Китае – 36%, а в России таких оптимистов только 18%.

Как и в предыдущих исследованиях, представителей отрасли просили назвать три важнейших фактора, определяющих развитие их бизнеса, из семи предложенных. Эти факторы последние четыре года оказываются неизменными, причем на третьем и четвертом местах оказываются проблемы, получающие одинаковое количество ответов.

Для российских выставочных компаний самыми важными факторами, влияющими на их бизнес, являются внутриотраслевая конкуренция, состояние национальной экономики и глобальная экономическая нестабильность.

В 80% ответов назывались следующие темы: состояние национальной (региональной) экономики (25%), внутриотраслевая конкуренция на местном или национальном уровне (19%), внутренние управленческие проблемы (17%), а также глобальная экономическая неопределенность (17%).

В этом году очередной «Барометр...» сопровождается более подробным анализом по тем странам, из которых получено наибольшее количество ответов. К ним относится и Россия.

Так, для российских компаний самыми важными вызовами являются внутриотраслевая конкуренция (30%), состояние национальной экономики (30%) и глобальная экономическая нестабильность (27%). Что касается управленческих проблем (финансирование, кадровые вопросы, обучение персонала и пр.), то только 7% считают их важными. Экология, конкуренция с электронными медиа, интернет, виртуальные выставки и пр. вообще не были названы российскими компаниями в качестве важных. 63% ответивших на вопросы анкеты полагают, что влияние экономического кризиса на их бизнес еще не закончилось, при этом 18% ожидают этого в 2015 г., 27% – после 2015 г. и еще 27% не смогли ответить на этот вопрос. Только для 18% российских респондентов кризис уже позади. Лишь 13% думают, что их прибыль в 2014 г. вырастет более чем на 10%. Всего из России были получены ответы от 11 организаций.

Интересно сравнить эти ответы с восприятием своего бизнеса со стороны самого развитого выставочного рынка Европы – Германии. Немецкие выставочники (15 организаций ответили на вопросы UFI) главными проблемами для своего бизнеса считают как раз внутренние управленческие вопросы (20%), внутриотраслевую конкуренцию (18%) и состояние национальной (региональной) экономики (16%). Проблемы, несущественные для русских (экология, интернет и пр.), являются важным вызовом в общей сложности для 21% немецких компаний. Для 47% выставочных операторов Германии кризис уже закончился, 27% полагают, что он завершится после 2015 г. Роста прибыли как минимум на 10% ожидают 53% ответивших.



ЧЕТВЕРТЬ ВЕКА

В 2014 г. «Крокус Групп» отметила 25-летие. За эти годы небольшая поначалу компания превратилась в многопрофильную организацию, занимающую ведущие позиции во многих сферах деятельности. Выставки, коммерческое строительство, розничная торговля, ресторанный бизнес, банковское дело, организация концертов – все это «Крокус» сегодня.

СТРОИТЕЛЬСТВО

за прошедшие годы компанией «Крокус Групп» реализовано большое количество различных строительных проектов общей площадью свыше 4 млн кв. м, в том числе государственного значения. Управляя огромным конгрессно-выставочным центром, «Крокус» ежегодно проводит более трехсот различного рода мероприятий, в которых участвуют тысячи компаний из разных стран.

заканчивающийся год был отмечен реализацией нескольких масштабных проектов, имеющих большое значение для дальнейшего развития компании. В начале лета в Крокус Сити был открыт крупный торгово-развлекательный центр Vegas. Его общая площадь составляет более 300 тыс. кв. м. В 5-этажном здании спроектированы атриумы с пассажами, в которых в дневное время используется естественное освещение, оборудован современный многозальный кинотеатр, имеется несколько оригинальных ресторанов. В цоколе здания размещена парковка на 2 тыс. автомобилей. Теперь каждый может оценить архитектурные достоинства, интерьер и масштабы объекта, который был сооружен всего навсего за год с небольшим.

В конце этого года компания открыла еще два крупных торговых центра «Твой дом». Один из них расположен на пересечении МКАД и Осташковского шоссе, а другой – на Новорижском шоссе. Площадь каждого из них составляет около 110 тыс. кв. м. В комплексах предусмотрены автомобильные стоянки для посетителей, складские помещения для приема и хранения товаров, кафе, рестораны и места отдыха.

АРХИТЕКТУРА И ИНФРАСТРУКТУРА

В завершающемся году большое внимание уделялось развитию территории Крокус Сити. После завершения строительства торгово-развлекательного центра Vegas изменился архитектурный облик комплекса. Новое здание стало доминантой на территории Крокус Сити. По насыщенности строениями Крокус Сити можно рассматривать как самостоятельный город-спутник. Здесь уже появились улицы со своими названиями.

В Крокус Сити бывают миллионы людей, приезжают сотни тысяч автомобилей, в том числе с грузами товаров и выставочных экспонатов. Это требует строгой организации движения транспорта по территории, четкой разметки на дорогах, создания пешеходных переходов и специальных погрузочно-разгрузочных зон. Поэтому особое внимание уделяется здесь развитию инфраструктуры.

за 25 лет компанией «Крокус Групп» реализованы различные строительные проекты общей площадью свыше 4 млн кв. м.



И ОДИН ГОД

В этом году построены дополнительные полосы на прилегающем к территории Крокус Сити участке МКАД в целях создания более удобных условий для движения автомобилей. Сама территория Крокус Сити подверглась масштабной реновации, в ходе которой было заменено асфальтовое покрытие почти на трети площади комплекса, обустроены новые тротуары, обновлена разметка парковочных пространств, пешеходных зон и переходов.

заметной частью развития инфраструктуры Крокус Сити является строительство многоэтажной автомобильной парковки над вестибюлем станции метро «Мякинино», первая очередь которой была закончена в этом году. Она уже готова принять около 4 тыс. автомобилей. Но планируется расширить ее в ближайшее время за счет строительства дополнительных этажей, что увеличит вместимость до 9 тыс. машиномест.

Для удобства посетителей в Крокус Сити построен еще один крытый переход между новым корпусом Vegas и первым выставочным павильоном, что связало воедино все основные здания комплекса между собой и со станцией метро.

Одновременно ведется расширение офисной части первого выставочного павильона. Это строительство уже идет и будет закончено в ближайшие месяцы. Новое помещение добавит еще несколько тысяч квадратных метров полезной площади для размещения работников компании.

Развивается также инфраструктура, связывающая Крокус Сити с прилегающими жилыми районами Москвы и Московской области. Так, завершается строительство и в конце этого года будет открыт построенный «Крокусом» пешеходный мост через Москву-реку, который свяжет большой жилой район города Красногорска с Крокус Сити и создаст для жителей доступный выход к станции метро «Мякинино». В архитектурном отношении вантовый мост станет уникальным объектом для Московской области и украшением микрорайона.

ПРОЕКТЫ С ПАРТНЕРАМИ

Немаловажную часть работы компании составляет выстраивание отношений с партнерами. В сфере строительства и торговли это в основном отношения с поставщиками материалов и товаров. Здесь сотрудничество строится на обычной коммерческой основе.

Иное дело в выставочной области. В этой сфере отношения подразумевают создание проектов, работающих многие годы, в которых участвуют сотни компаний из разных стран. Это чрезвычайно важно для обеих сотрудничающих сторон.

В качестве примера таких крупных проектов можно назвать строительство-интерьерную выставку, проведенную впервые под названием Batimat. Право на использование этого всемирно известного бренда было получено от стратегического партнера – компании Reed Exhibitions.

 **КРОКУС ЭКСПО**
Международный выставочный центр

На «Крокус Экспо» приходится около двух третей всей московской выставочно-конгрессной программы.



Первую специализированную торговую выставку «Крокус» провел в 1990 г. Она открыла новый этап в развитии выставочной деятельности в России. В первые 10 лет своей работы компания организовала более 100 мероприятий в Москве, Санкт-Петербурге, Киеве и Алма-Ате. Новый период в выставочном бизнесе «Крокуса» начался с создания в 2004 г. собственного выставочного центра. Он сразу в полтора раза увеличил все экспозиционные площади в стране, став не только крупнейшим в России, но и самым современным, соответствующим всем международным стандартам и по планировке, и по техническому оснащению, и по архитектуре. В настоящее время «Крокус Экспо» входит в десятку крупнейших центров мира. За время работы в выставочном бизнесе компанией было проведено в общей сложности около 2500 выставочных и конгрессных мероприятий.

Компания «Крокус Групп» начала свою девелоперскую деятельность в середине 90-х годов со строительства жилого дома на Большой Грузинской улице. Вторым объектом стал торговый комплекс «Твой дом» на пересечении МКАД и Каширского шоссе, открытый в 1998 г. Самым значительным и масштабным проектом является торгово-выставочный комплекс Крокус Сити вблизи пересечения МКАД и Волоколамского шоссе. Он включает торговый центр «Твой дом», открытый в 2001 г., центр бутиков Крокус Сити Молл, международный выставочный центр «Крокус Экспо» общей площадью около 550 тыс кв. м и торгово-развлекательный центр Vegas.



Общая площадь
ТРЦ Vegas в
Крокус Сити
составляет более
300 тыс. кв. м.



Андрей БОРЦОВ,
директор красногорского филиала
«крокус экспо»:

– 2014 г. год заканчивается для «Крокус Экспо» вполне успешно, а по некоторым показателям – числу проведенных мероприятий и их площади мы даже выходим на рекордные для себя показатели.

Это означает, что замедление экономического роста и санкции пока не сказались на результатах работы «Крокус Экспо». Изменение размеров ряда отраслевых выставок в ту или иную сторону пока находится в среднем в обычных пределах.

Объективности ради надо отметить, что некоторые компании-участники выставок в целях экономии стали строить более простые стенды, заказывать меньшие площади для своих экспозиций.

Организаторы этой московской выставки, МВЦ «Крокус Экспо» и компания «Медиа Глоб», создали экспозицию, вполне отвечающую высокому престижу бренда Batimat.

Другим примером успешных партнерских отношений является Московский международный мебельный салон, который проводится совместно с немецкой компанией Koelnmesse. Она организует крупную мебельную выставку imm Cologne. Благодаря этому сотрудничеству московская экспозиция быстро стала одной из ведущих в Москве в своей области.

Показательным в отношении налаживания партнерских отношений является самый успешный и крупный проект – Московский международный автомобильный салон, который в очередной раз прошел в этом году в начале сентября и стал рекордным по площади и числу участников. Он проводится совместно с Объединением автопроизводителей России и при поддержке Ассоциации европейского бизнеса и Международной организации автопроизводителей. Благодаря этому партнерству автосалон является одним из крупнейших в мире и входит в число ведущих мероприятий в отрасли.

В этом году в целях поддержания престижа автосалона и развития партнерских отношений с участниками выставки была проведена встреча руководства «Крокуса» с лидерами компаний – ведущих мировых автопроизводителей. Все они высоко отзывались об уровне организации выставки и выражали уверенность в сохранении московским автосалонном своего важного места в мировой классификации.



В Крокус Сити холле ежегодно проводится более 200 концертов и других мероприятий, которые посещают до миллиона зрителей. В 2014 г. свои концерты давали здесь Пелагея, Олег Газманов, Тамара Гвердцители, хосе Каррерас, Адриан Челентано, Шарль Азнавур, Бони Тайлер, Мортен харкет и другие известные российские и зарубежные исполнители и музыкальные коллективы.

РАБОТА НА БУДУЩЕЕ

В настоящее время «Крокус Групп» занимается проектами, которые будут реализовываться в следующем году. Недавно «Крокус» начал работы по строительству гостиницы и многофункционального офисного здания. Офисный комплекс будет представлять собой 50-этажную башню общей площадью около 150 тыс. кв. м. Гостиница также будет высокой – более 50 этажей, рассчитанной на 1 тыс. номеров.

Одним из будущих проектов является строительство автомобильного моста через Москву-реку, параллельно метромосту, который соединит Крокус Сити напрямую с Волоколамским шоссе и создаст выезд в сторону Красногорска. В настоящее время есть два въезда на территорию комплекса с обеих полос МКАД, но существует только один выезд. Новый мост позволит сбалансировать въездные и выездные потоки автомобилей, посещающих Крокус Сити.

В будущем году продолжится расширение сети торговых центров «Твой дом». Еще один комплекс должен появиться на западе Москвы, недалеко от МКАД, в Немчиновке. В целом этот торговый центр соответствует типовым характеристикам проекта, причем здесь запланировано большее количество стояночных мест в цокольном этаже здания.

Важнейшей частью работы станет выполнение правительственного заказа по строительству стадионов к Чемпионату мира по футболу в 2018 г. «Крокус Групп» поручено построить стадионы в Ростове-на-Дону и в Калининграде. Сроки, оговоренные для введения в строй объектов, сжатые. Но компания делает всё необходимое, чтобы успешно реализовать эти заказы в поставленные сроки.

БОРИС ПАВЛОВ



Но это пока не отражается на общих показателях мероприятий. К тому же, снижение средних размеров стендов открывает новые перспективы для небольших российских фирм, которые восполняют выпадающие экспозиционные площади. Этой же возможностью воспользовались и малые компании из азиатских стран, особенно Китая.

В последние месяцы мы наблюдаем структурные изменения в составе участников выставочных мероприятий. Так, происходит снижение доли компаний из стран запада, но их место активно занимают экспоненты из Азии. Это прежде всего заметно на выставках продовольствия, сферы услуг и легкой промышленности. Такие структурные изменения в некоторых случаях приводят даже к росту площадей. Если экономическая ситуация в России оста-

нется прежней, то структура выставочного рынка, скорее всего, претерпит существенные изменения. Слабые и мелкие выставки не смогут существовать в условиях замедления экономического роста, их поглотят крупные экспозиции, то есть участники перейдут к более мощным организаторам. Несмотря на возникшие трудности и ухудшение экономического климата в стране, МВЦ «Крокус Экспо» с оптимизмом смотрит в будущее. Как у организатора и владельца выставочной площади у нас существуют возможности для маневрирования, например снижая арендные ставки для отечественных производителей. Это позволит расширить круг российских компаний, участвующих в выставках. Новые условия мы рассматриваем как вызов для разработки новых тем и укрепления существующих экспозиций.

По насыщенности строениями Крокус Сити можно рассматривать как самостоятельный город-спутник Москвы.



ПЛАН

Компания «Мессе Франкфурт РУС» сотрудничает с МВЦ «Крокус Экспо» на протяжении многих лет, организуя здесь одну из крупнейших своих выставок – Heimtextil Russia. О работе в 2014 г. российского подразделения немецкой компании Messe Frankfurt GmbH рассказал генеральный директор «Мессе Франкфурт РУС» Ойген АМЕС.



■ каковы результаты работы вашей компании в этом году в России и в мире?

– Как международная компания, которая ведет бизнес во многих странах, в том числе на территории стран БРИКС, мы можем сказать, что год для Messe Frankfurt GmbH закончился вполне успешно. Компания добилась хороших результатов как по общим показателям выставок, так и по финансовому обороту. Оборот компании Messe Frankfurt GmbH достиг 545 млн евро. Мы остаемся лидером на немецком рынке и третьей компанией в мире по величине годового оборота.

Более 50% выставок под брендом Messe Frankfurt проходит за пределами Германии. В первую очередь, это китайский холдинг, где работают более 600 человек и функционируют 5 дочерних структур: в Гонконге, Шанхае, Пекине, Шэньчжэне, Гуанчжоу. В скором времени Messe Frankfurt освоит выставочный потенциал города Чунджу. Часть выставок под брендом Messe Frankfurt проходит в ОАЭ, в Дубае. Во Франции проводится несколько текстильных выставок. Очень успешно идет работа в России, США, Аргентине.

Что касается «Мессе Франкфурт РУС», мы выполнили план, но не превысили его. Показатели этого года несколько отличаются от наших первоначальных прогнозов, на которые, разумеется, повлияла геополитическая ситуация. Тем не менее мы оптимистично смотрим в будущее, поскольку у компании в России сильный выставочный портфель, и каждый из проектов занимает лидирующие позиции в индустрии.

■ такая же ситуация и у многих ваших коллег, ведь так? В связи с санкциями сокращается участие западных стран, но существенно растет раздел Китая, Турции, других стран Азии.

– здесь важно, что выставочный портфель Messe Frankfurt GmbH сильно диверсифицирован, поэтому у нас нет привязки к определенным странам и мы не зависим от национальной политики. Даже при снижении динамики ситуацию можно компенсировать увеличением количества участников из других стран. Мы надеемся, что политическая ситуация в скором времени улучшится, и в 2015 г. выставочная динамика вновь пойдет вверх.

Мы оптимистично смотрим в будущее, поскольку у компании в России сильный выставочный портфель и каждый из проектов занимает лидирующие позиции в индустрии.

ВЫПОЛНИЛИ

Пока ограничения со стороны РФ коснулись только ввоза продовольствия, а со стороны Запада – нефтегазовой отрасли. это как-то сказывается на вашем бизнесе?

– Мы живем в очень связанном мире. Дело не только в фактических ограничениях. Некоторые из наших экспонентов начинают опасаться везти свой товар в Россию, принимать участие в выставках и налаживать долгосрочные отношения со страной, в экономике и финансовой стабильности которой они не уверены. Мы говорим с нашими партнерами об этих сомнениях и стараемся их разубедить, но экономическая и политическая ситуация пока нам в этом не помогают. Наша компания вне политики. Мы как зеркало – отражаем рынок вне зависимости от обстоятельств. Сейчас практически 100% компаний, которые принимали участие в наших выставках, удовлетворены результатами. Но любая выставка растет за счет новых компаний, они на данном этапе видят определенные риски и опасаются выходить на российский рынок.

А скажутся ли санкции на выставочном бизнесе России? каково ваше мнение?

– Санкции сказываются на любой отрасли. Основная цель любой выставки – создать свободную торговую площадку. Санкции эту свободу ограничивают и меняют условия игры. Стандарты ВТО требуют, чтобы у торговли не было никаких препятствий. А санкции – это препятствие. Они отрицательно скажутся на любом выставочном бизнесе. Я убежден, что выгоду от них не получит никто.





«messe франкфурт РУс» – российское подразделение одного из крупнейших в Германии выставочных концернов – Messe Frankfurt GmbH. Компания работает в Москве более 10 лет и оказывает услуги по организации и проведению выставочных проектов и образовательных тематических форумов. Проекты компании представляют собой крупные международные события, проходящие в формате B2B, то есть для профессиональных посетителей. Компания Messe Frankfurt GmbH является организатором выставок товаров народного потребления (Ambiente, Beautyworld, Christmasworld, Paperworld, Tendence), текстиля (Heimtextil, Techtextil and Texcare International), технологий (Light+Building, IFFA, Musikmesse, Prolight+Sound), автомобильной промышленности (Automechanika) и других. В 2013 г. она организовала 113 проектов в 30 странах мира. Из них 70 проектов прошли за пределами Германии. Компания имеет 50 представительств и 28 дочерних компаний, отвечающих за деятельность в 150 странах мира.



Санкции отрицательно скажутся на любом выставочном бизнесе. Я убежден, что выгоду от них не получит никто.



Каковы планы «messe франкфурт РУс» на будущий год?

– Наша компания активно развивается, в наших планах освоение перспективных выставочных рынков. Именно в эти отрасли компания инвестирует. Мы приобрели у компании OWP выставку Modern Bakery Moscow. В этом проекте участвуют не только производители хлебобулочной продукции, но и компании, связанные с производством кофе и мороженого. То есть мероприятие важно не только для конкретных производителей и организаторов, но и для целого сектора рынка, который к тому же бурно развивается, в котором происходят серьезные структурные и технологические изменения.

Мы будем развивать направление музыкальных инструментов, сценического и студийного оборудования в рамках проектов NAMM Musikmesse Russia и Prolight + Sound NAMM Russia. В этом году в рамках выставок был проведен Театральный форум – новое для нас мероприятие. К слову, многие из участников выставок остались довольны результатами своего участия и забронировали стенды на следующий год.

Приоритетом для нашей компании является также форум-выставка промышленной стирки Texcare Forum Russia. Над концепцией проекта, освещением последних разработок и проблем индустрии мы работаем совместно с Союзом химчисток и прачечных России и Союзом клининговых компаний России, Ассоциацией русских уборочных компаний.

На мировом рынке Messe Frankfurt GmbH запускает выставку Automechanika в Чикаго. Я недавно говорил с российской компанией, которая собирается принимать участие в этом проекте. Так что, как видите, несмотря на санкции, российские компании не видят для себя существенных преград в выходе на рынок США.

Южная Африка – страна с колоссальным потенциалом. Она может стать выставочным центром африканского континента и сыграть ту роль, которую играет Германия в выставочном бизнесе Европы. Поэтому было принято решение не просто проводить выставки в Южной Африке, а открыть там представительство Messe Frankfurt GmbH, которое теперь владеет контрольным пакетом акций SASS – Южноафриканского организатора специальных мероприятий Йоханнесбурга.

Мы работаем над новыми проектами в странах БРИКС, планируем выходить на рынок Бразилии с текстильными выставками и продолжаем развивать деятельность компании в Индии.

беседовали **борис фАнтАев** и **надежда кАЛмычкОВА**

Новые возможности вашего бизнеса

Ваш успех - наша работа!

www.messefrankfurt.ru



Календарь выставок на 2015 год

TECH FORUM
Energy and Energy Technology

10-12 февраля 2015
МВЦ «Крокус Экспо», Москва

СКРЕПКАЭКСПО
СКРЕПКА

paperworld

2-4 марта 2015
МВЦ «Крокус Экспо», Москва

techtextil
RUSSIA Symposium

18-19 марта 2015
Ренессанс Москва Монарх Центр

automechanika
ST. PETERSBURG

22-24 марта 2015
КВЦ «Экспофорум», Санкт-Петербург

**MODERN
BAKERY
MOSCOW**

22-24 апреля 2015
ЦВК «Экспоцентр», Москва

MIMS
automechanika
MOSCOW

24-27 августа 2015
ЦВК «Экспоцентр», Москва

NAMM
musikmesse
RUSSIA

10-13 сентября 2015
КВЦ «Сокольники», Москва

prolight+sound
NAMM
RUSSIA

10-12 сентября 2015
КВЦ «Сокольники», Москва

heimtextil
RUSSIA

23-25 сентября 2015
МВЦ «Крокус Экспо», Москва

interlight
MOSCOW
powered by light + building

10-13 ноября 2015
ЦВК «Экспоцентр», Москва

texcare
RUSSIA

Осень 2015
ЦВК «Экспоцентр», Москва



ТРУДНОСТИ

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



ИМЭ как вы оцениваете результаты работы компании Reed Exhibitions Russia в 2014 г.? как показали себя уже зарекомендовавшие себя и новые проекты?

– Год еще не закончился, но помнить о нем мы будем долго. Мы уже переживали не один экономический кризис, и этим нас не удивить. А вот геополитический кризис – это впервые, и это лучше любого университета. Практически каждый день в этом году подкидывал нам новые задачи.

Тем не менее годом мы удовлетворены. До бюджетных показателей мы немного не дотянули, но зато запустили пять новых проектов. В истории Reed Exhibitions Russia такого еще не было. Четыре проекта из пяти превысили запланированные показатели. Особенно мы довольны тем, как получились «Национальная выставка инфраструктуры аэропортов и гражданской авиации NAIS&CA» и международная выставка «Собственная торговая марка (IPLS)». Немного недобрала до запланированных результатов INTERCHARM professional Санкт-Петербург, но мероприятие проходило в начале июня, в период самой большой неопределенности в стране. Рассчитываем, что наверстаем в следующем году. Работа и инвестиции в проект не прекращаются, как и во все другие наши выставки.

Что касается уже существующих проектов, то они доказали свою состоятельность и востребованность. Даже те из них, которые немного потеряли в площади, компенсировали это качеством и разнообразием внутреннего наполнения. В общем, к 2015 г. мы готовы!

ИМЭ какова доля России в общем бизнесе Reed Exhibitions?

– Пока доля России в общем бизнесе Reed Exhibitions в районе 2%, однако наш бизнес здесь растет быстрее, чем, например, в Китае, Индии и Бразилии. Последние три года мы росли в среднем на 26% в год. По понятным причинам на следующие два года наши планы менее амбициозны, но мы намерены прибавлять по 13–15% в год. И Reed Exhibitions, и наша материнская компания Reed Elsevier продолжают инвестировать в российскую выставочную индустрию, понимая роль России в мировой экономике.

То, что сейчас происходит, дарит возможность избавиться от комфортной «еврозависимости» и по-новому взглянуть на производителей товаров и услуг из других стран и регионов.

ЗАКАЛЯЮТ

Что было характерно для российского выставочного рынка в 2014 г. и каковы его перспективы?

– Ответу игрой слов: неопределенность определила всё. На бизнес влияют и образ нашей страны, создаваемый за рубежом, и постоянная угроза всё новых обоюдных санкций. Это, конечно, пугает и останавливает многих иностранных участников. Среди российских экспонентов основная тенденция сейчас – откладывать принятие решения об участии в выставках на последний момент. Все понимают, что это неправильно, но всё равно так делают. Уж слишком велика неопределенность, а отсюда и страх инвестировать, то есть заморозить средства на несколько месяцев вперед. Важно отметить: то, что влияет сейчас на выставочную отрасль, также влияет на все другие сектора экономики, выставочная индустрия здесь не исключение. Что касается перспектив, то после периода некоторой турбулентности российский выставочный рынок продолжит своё развитие. Выставки были и остаются прекрасным и крайне эффективным маркетинговым инструментом.

Повлияла ли на работу вашей компании сложившаяся ситуация?

– Конечно, повлияла. Работа с иностранными участниками требует гораздо больших усилий и гораздо более отточенной аргументации. Нарращивать международные продажи сейчас объективно труднее, чем внутри страны, поэтому относительная доля российских участников немного, но растёт. С другой стороны, то, что сейчас происходит, дарит нам прекрасную возможность избавиться от комфортной «еврозависимости» и по-новому взглянуть на производителей товаров и услуг из других регионов и стран. Ситуация стимулирует производителей из Китая, Тайваня, Кореи, Бразилии, Южной Африки, Индии и Пакистана активнее выходить на российский рынок. Хотя главное сейчас – помочь российским компаниям совершить прорыв, быстро и качественно вернуться в ниши и на рынки, занятые в последние годы иностранными производителями.

А что происходит в мировой выставочной отрасли?

– Раньше было всего несколько центров выставочной индустрии: Германия, Франция, Великобритания, США. Потом появился БРИК, где сразу же гигантскими темпами стала расти выставочная отрасль. Сейчас идет следующая волна: Южная Африка, Турция, Мексика, Индонезия, Саудовская Аравия. Там настоящий бум. Я представляю себе это таким образом: выставочная отрасль будет распределяться по мировой экономике более равномерно, становясь более доступной для широкого круга компаний, особенно тех, кому было экономически трудно участвовать в больших, «культовых», проектах. Ну и, наконец, интернет. Наверное, только ленивый ещё не говорил о мощи интернета и как он может обогатить любой бизнес. Мобильные приложения, интерактивные каталоги, matchmaking, реклама и продвижение в социальных сетях. Мы ви-



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 проходят около 500 выставок, организованных компанией Reed Exhibitions. Эти выставки затрагивают 44 отрасли промышленности. По всему миру в 34 офисах Reed Exhibitions работают более 3 тыс. сотрудников. Уникальная сеть офисов международных продаж в 93 странах обеспечивает поддержку экспонентов на экспортных рынках.

В 2014 г. Reed Exhibitions Russia запустила пять новых проектов. В истории компании такого ещё не было.



дим, какими быстрыми темпами растёт посещаемость наших сайтов. Растёт число и продолжительность контактов с нашими клиентами. Это открывает совершенно уникальные возможности для лучшего понимания жизни и бизнеса тех, для кого мы существуем.

Каковы ваши планы на будущее?

– Планы наши просты: мы продолжим предлагать качественный продукт, мы продолжим самым пристальнейшим образом следить за удовлетворенностью наших участников, экспонентов, посетителей и делегатов, за их лояльностью к нашим проектам. Мы будем стремиться расти дальше, с прицелом на удвоение бизнеса каждые четыре года. Пока это нам удавалось. Мы будем развивать уже существующие проекты и запускать по одному новому проекту в год. Мы по-прежнему настроены на приобретение перспективных выставок и постоянно ищем возможности для инвестирования в новые проекты.

Недавно, 28 сентября, «Крокус Интернэшнл» исполнилось 25 лет. Все эти годы компания активно занималась выставочной деятельностью. Каковы ваши впечатления от сотрудничества с «Крокусом»?

– Впечатления сильные. Темп, которым развивается «Крокус», поражает. Иметь такого лидера в отрасли – на самом деле огромный плюс для всей отрасли. Для нас «Крокус» исключительно мощный, амбициозный, знающий себе цену и, иногда, бескомпромиссный партнер. Компания имеет стратегию и абсолютно четко понимает, чего хочет. В огромной степени всё возрастающие инвестиции мирового лидера Reed Exhibitions в Россию определены именно репутацией и динамикой «Крокуса».

хочу пожелать компании не сбавлять темпа, с ещё большим успехом нести чрезвычайно почетное «бремя» лидерства. Это важно для нас всех!

беседовала надежда КАЛМЫЧКОВА

**Сувенирка
к выставке**

BUZZART

Скидка **5%** специально для читателей журнала "Бизнес и Выставки"

+7 (495) 215-12-52
buzz-gifts.ru

Медафарм сити
Продажа медицинского оборудования

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

medafarm.ru | Телефон: +7 (495) 772-79-58
+7 (495) 215-26-58

Медафарм Studio
Web-студия

- Создание и продвижение медицинских сайтов
- Контрастная реклама
- Сайты в аренду

medafarm-studio.ru | Телефон: +7 (495) 772-79-58
+7 (495) 215-26-58

Health Voyage Турагентство

- Оздоровительные
- Пеленки и пляж-туры
- Закуроченный и пляжный отдых
- Дистанция Турок

healthvoyage.ru | Телефон: +7 (495) 772-79-58
+7 (495) 215-26-58



Модаполис
аутлет

БРЕНДОВАЯ ОДЕЖДА СКИДКИ ДО 80%

DOLOCE & GABBANA

D&G



roberto cavalli

LIU-JO

COSTUME NATIONAL

LOVE
MOSCHINO

A
AIGNER

EMPOREIO ARMANI

mcs

VERSACE

PINKO

VALENTINO

danza

ungaro

DSQUARED2

Galliano

AJ
ARMANI JEANS



prada

CORNELLANI
CORNELLANI

Gianni & FERRE

CANALI

ICEBERG

Cruciani

JIMMY CHOO

Rich Owens

SEE BY CHLOE

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 праздничные дни Аутлет работает с 10:00 до 20:00
Заканчиваем работу раньше



Нерезидентам доступен
TaxFree в размере 13%



ИДЕМ В НОГУ

Компания Media Globe сотрудничает с МВЦ «Крокус Экспо» уже давно. Впереди – работа над новыми проектами и воплощение совместных идей. О том, с какими итогами Media Globe подошла к концу 2014 г., журналу «Бив» рассказал президент компании Алексей СТРИГАНОВ.



ИТД как сложился для вас 2014 г.?

– Мы довольны результатами работы в 2014 г. Все задуманные проекты состоялись, и каждый из них показал свою прочную позицию на рынке. Все наши выставки проходят в выставочном центре «Крокус Экспо», и это является немаловажной составляющей успеха, потому что существует прямая зависимость между уровнем выставочного центра и уровнем выставки. Без тех площадей и технического оснащения, которые предоставляет «Крокус», сегодняшняя выставка СТТ была бы просто невозможна. Кстати, в этом году выставка отметила 15-летний юбилей и порадовала не только масштабом экспозиции (более тысячи участников), но и новым рекордом по количеству гостей – почти 37 тыс. посетителей из 67 стран.

Российский рынок выставочных услуг следует за общемировыми тенденциями, и сегодня мы уже не ограничиваемся одной лишь экспозицией, а стремимся к тому, чтобы выставка стала интеллектуальной платформой, на которой собираются представители отраслевого сообщества, подводятся итоги года, происходит обмен знаниями и опытом, зарождаются проекты будущего. Так, на выставке Batimat Russia мы предложили экспонентам принять участие в конкурсе «Инновации». Конкурс был признан эффективным инструментом для вывода на рынок новой продукции, и в следующем году мы планируем реализовать его и в других проектах. Batimat Inside – еще один новый конкурс, который широко анонсировался среди аудитории архитекторов и дизайнеров и привлек дополнительное внимание к выставке этой части целевой аудитории. В рамках выставки MIFS прошел целый ряд успешных мероприятий, особое место среди которых заняли форум «Мебельная франшиза», конкурсы «Артлига», «Российская кабриоль», а также специальная экспозиция работ лауреатов престижной европейской премии в области оформления интерьеров Interior Innovation Award.

Выставки Interlogistika и Autotrans продолжают сближаться (в прошлом году Interlogistika проходила в одни сроки с грузовым салоном Comtrans). Одновременное проведение выставок позволило организовать единую площадку для поиска деловых партнеров и привлечь максимальное количество профессиональных посетителей. В рамках проекта была организована уникальная деловая программа, которая по своему содержанию, составу спикеров и спектру поднятых вопросов стала важным отраслевым событием.

Мы верим, что, несмотря на временные трудности, взаимоотношения России и Европы будут укрепляться.

СО ВРЕМЕНЕМ

БВ каковы, на ваш взгляд, тенденции на российском выставочном рынке?

– Уже довольно продолжительное время в российской выставочной индустрии наблюдается тенденция к укрупнению, небольшие узкопрофильные выставки прекращают свое существование, а мелкие выставочные операторы поглощаются более крупными. Эти изменения естественно ведут к обострению конкуренции между организаторами выставок. запросы рынка растут и меняют саму философию выставочного бизнеса. Теперь уже недостаточно собрать экспозиционную часть. Комплекс услуг расширяется, и выставки дополняются статусными отраслевыми мероприятиями конгрессного формата. На фоне спада потребительского спроса во многих отраслях усиливается конкуренция среди компаний-экспонентов, следовательно, возрастают их потребности в новых видах рекламы непосредственно на выставке. Благодаря потенциалу «Крокуса» мы имеем возможность учесть их пожелания и предложить широкий ряд рекламных услуг на территории выставочного центра.

БВ меняется ли состав участников ваших выставок в связи с последними событиями и сказывается ли ухудшение ситуации на взаимоотношениях с партнерами?

– В настоящее время на примере многих наших коллег мы видим увеличение количества участников из Китая при уменьшении экспозиций компаний из Европы и США. Мы, тем не менее, верим, что, несмотря на временные трудности, взаимоотношения России и Европы будут укрепляться. Яркими примерами являются новые соглашения с такими авторитетными европейскими партнерами, как итальянские Ассоциации керамики и камнеобработки (Confindustria Ceramica и Confindustria Marmomacchine), с Ассоциацией итальянских производителей оборудования для керамической промышленности (ACIMAC), испанским Институтом внешней торговли ICEX. Мы достигли договоренности, что компании, входящие в состав этих ассоциаций, примут участие в выставке Batimat Russia–2015. Кроме того, мы продолжаем сотрудничать в полном объеме с нашими давними партнерами – немецкой выставочной компанией Koeln Messe, международной компанией Reed Exhibitions, Объединением европейских производителей оборудования CECE, немецкой

От всей души поздравляем «Крокус Интернэшнл» с 25-летием и желаем дальнейшего роста, новых идей и их успешной реализации!



Все выставки компании Media Globe проходят в выставочном центре «Крокус Экспо». Batimat Russia, MIFS и Interlogistika – это проекты, проводимые в партнерстве с «Крокус Экспо». Выставки СТТ, Comtrans и Autotrans – собственные проекты компании Media Globe.

Мы стараемся идти в ногу со временем и делаем упор на расширение существующих проектов



компания **Media Globe** работает в сфере проектов B2B с 1999 г. Сегодня она является лидером в предоставлении информационных и выставочных услуг в области коммерческого транспорта и строительной техники и технологий на российском рынке. В выставочном портфеле компании 6 международных специализированных выставок.

выставочной компанией Imag, американской Ассоциацией производителей оборудования АЕМ и многими другими и не видим для этого никаких препятствий.

Каковы ваши впечатления от сотрудничества с компанией «Крокус»?

– Мы стараемся идти в ногу со временем и делаем упор на расширение существующих проектов. Все совместные с «Крокусом» проекты довольно молодые, но перспективные. Есть куда расти и над чем работать, тем более что выставочные площади «Крокуса» позволяют реализовывать самые смелые идеи. Особое внимание наши специалисты уделяют повышению эффективности рекламной кампании для более широкого охвата целевой аудитории и привлечения на выставку профессиональных посетителей из всех регионов России и зарубежных стран. Что касается новых проектов, то мы изучаем возможность их запуска и, когда будем готовы, сообщим об этом вашему изданию в первую очередь.

В лице «Крокуса» мы работаем с сильным и надежным партнером. Это лучший выставочный центр Восточной Европы, очень современный и соответствующий высоким международным стандартам, что особенно ценится нашими зарубежными участниками. При этом «Крокус» продолжает динамично развиваться, создает благоприятную среду для развития выставок и повышения качества услуг. Все, что «Крокус» предлагает своим гостям – развитую инфраструктуру, сервис-центры, бесплатные парковки и еще целый ряд преимуществ, ставит его вне конкуренции среди всех известных выставочных площадок Москвы. Мы очень ценим работу со стабильным, надежным и перспективным партнером.

беседовала **Ольга** с **ТАРКОВА**



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 представлены 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 б6 км МКАД и Волоколамского шоссе.





**PRO
MEDIA
TECH**

I ПАВИЛЬОН, ЗАЛ №4

**21-22
ЯНВАРЯ
2015 ГОДА**

**VII МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ
ТЕХНОЛОГИЙ ПРОДВИЖЕНИЯ
И РЕКЛАМЫ**

WWW.PMTF.RU
ТЕЛ: +7 (495) 223-42-10
E-MAIL: IRINAOFF@CROCUS-OFF.RU

ОРГАНИЗАТОР:

КРОКУС ЭКСПО
Международный выставочный центр

СООРГАНИЗАТОР:

BUILDEXPO
Международный выставочный центр

МЫ ГОТОВЫ

Компания «Евроэкспо» уже много лет активно сотрудничает с МВЦ «Крокус Экспо» и динамично развивается, покоряя каждый год все новые вершины бизнеса. О том, с какими итогами компания подошла к концу 2014 г., журналу «БиВ» рассказал генеральный директор «Евроэкспо» Кирилл АНИСИМОВ.



ИТД как Вы оцениваете результаты работы компании в 2014 г.? как показали себя уже существующие проекты?

– В 2014 г. в календарь нашей компании вошли 11 международных выставочных мероприятий. На данный момент с уверенностью можно сказать о результатах десяти из них, наш проект «Аптека» еще впереди. В общей сложности в наших выставках приняли участие более 2,2 тыс. компаний из 80 стран мира, их экспозиции посетили более 100 тыс. человек.

Безусловно, особую роль в продвижении наших выставочных проектов играют современные технологии. Компания, желающая не только сохранить своих постоянных участников, но и приобрести новых, должна находиться в постоянном поиске нестандартных способов продвижения. Мы хотим своевременно и правильно донести до посетителей и экспонентов все преимущества участия в выставках и развеять сомнения по поводу «лишней траты времени» и некупаемости затрат. Парадокс современности заключается в том, что в век интернета на первое место выходит живой диалог, личные контакты и взаимное доверие к потенциальному партнеру по бизнесу, чего не может дать виртуальное общение.

Все наши выставки тематические и обладают профессиональной спецификой. Поэтому об общих результатах говорить трудно, на каждую влияли совершенно разные факторы. Положительную динамику показали проекты, связанные со строительной сферой, – это выставка систем кондиционирования, вентиляции, отопления, торгового и промышленного холода «Мир Климата», выставка строительных материалов «ОСМ». Компании-производители и дистрибьюторы инструмента и оборудования активно принимали участие в выставке Mitex, которая прошла в ноябре в «Крокус Экспо». Это мероприятие является ведущим событием в своей отрасли на выставочном рынке России, поэтому интерес к участию в нем у специалистов не ослабевает год от года. Подобные выставки всегда вызывают большой интерес у посетителей, поскольку, кроме возможности визуальной оценки оборудования, здесь можно испытать весь его функционал в действии.

Существенные трудности в этом году испытывает туристическая отрасль, что повлияло на уменьшение количества туроператоров по выездному туризму в составе участников форума «Отдых». На фоне сложившейся международной ситуации особое внимание уделяется отдельным отраслям туристического рынка. К примеру, число участников выставки делового туризма «Отдых Мисе» увеличилось вдвое по сравнению с прошлым годом. Также возросло и общее количество посетителей: за все дни

Парадокс современности заключается в том, что в век интернета на первое место выходит живой диалог, личные контакты и взаимное доверие к потенциальному партнеру по бизнесу, чего не может дать виртуальное общение.

К РАЗВИТИЮ



компания «евроэкспо» создана в 1992 г. Тематика выставок «Евроэкспо» охватывает разные сферы экономики, они ориентированы на специалистов формата B2B. В 2006 г., в Австрии, была создана партнерская компания Euroexpo Exhibitions and Congress Development GmbH. В настоящее время офисы «Евроэкспо» в Москве и Вене ежегодно совместно проводят 11 международных выставок.

работы форума было зарегистрировано более 68 тыс. посещений, причем более 95% из них – профессиональная аудитория.

■ можете сказать что-то относительно тенденций на мировом выставочном рынке?

– Сегодня мировой выставочный бизнес развивается в условиях глобализации. Большое значение приобретают специализированные выставки, причем их качество, а не количество. Одновременно мы наблюдаем тенденцию укрупнения выставок – они преобразуются в отраслевые форумы и «недели» для того, чтобы привлечь к участию как можно больше заинтересованной аудитории.

■ каковы перспективы выставочного рынка в России?

– Что касается российского выставочного рынка в целом, то он пока значительно отстает от мировых лидеров, но имеет большие перспективы развития. Не стоит забывать, что значимость выставочной деятельности для бизнеса трудно переоценить. Нередко западные компании закладывают более 45% годового рекламного бюджета именно на участие в выставках, поскольку рассматривают этот маркетинговый инструмент в числе наиболее эффективных с точки зрения экономической отдачи и налаживания выгодного сотрудничества с новыми партнерами.

На мой взгляд, сегодня российские выставочные компании не могут дать четких прогнозов на будущее. Уверенные выводы можно будет сделать только тогда, когда стабилизируется экономическая ситуация и спадёт имеющаяся напряженность в отношениях между Россией, странами Евросоюза и США. Поэтому сейчас для выставочных компаний России как

Российский выставочный рынок пока отстает от мировых лидеров, но имеет большие перспективы развития.

В этом году «Крокус Интернэшнл» исполнилось 25 лет. Пользуясь случаем, от лица «Евроэкспо» и от себя лично поздравляю компанию с юбилеем и от всей души желаю успехов и покорения новых вершин!

Сейчас для выставочных компаний России как никогда важна стабильность, необходимо как минимум сохранить свои позиции.



никогда важна стабильность, необходимо как минимум сохранить свои позиции.

Абсолютно все, как потенциальные, так и постоянные, экспоненты принимают решение об участии в выставках на основе ключевых для них параметров. Это, в первую очередь, возможность приобретения качественных деловых контактов, реальные перспективы взаимодействия с ключевыми игроками рынка и интересная деловая программа.

ИТД А каковы ваши способы привлечения участников?

– Активно сотрудничая с представителями отраслевых ассоциаций и объединений, мы постоянно совершенствуем сервис, который бы способствовал максимальному привлечению потребителей к продвигаемой продукции. В число предоставляемых нами услуг входит дистанционная регистрация, система назначения встреч, мобильные путеводители и многое другое.

Особую роль в организации любого выставочного мероприятия играет место его проведения. На протяжении долгих лет мы тесно сотрудничаем с «Крокус Экспо» и проводим на его территории 9 мероприятий. За время своего существования центр заслужил репутацию партнера с мировым именем, а история его развития стала примером для всей выставочной индустрии России.

ИТД каковы планы на будущее?

– Сейчас мы находимся в активной стадии разработки двух новых проектов, но пока говорить о них рано. Следите за новостями на нашем официальном сайте.

беседовал Александр ОРЕХОВ

Backstage
РЕСТОРАН

Бизнес ланч с 12⁰⁰ до 16⁰⁰

CROCUS CITY HALL, 4 ЭТАЖ | 12:00 – 00:00
ТЕЛ.: +7 495 727 16 36, WWW.BACKSTAGEREST.RU | ЕЖЕДНЕВНО

ТУРИЗМ

Выставка, организатор	Время проведения	Место проведения	Контакты
TRAVEL & TOURISM FAIR (TTF) Fairfest Media Limited	9–11.01.15	Индия Ченнай	www.fairfest.com; fairfest@vsnl.com тел. +91 (11) 2686 6874; факс +91 (11) 2686 8073
ITT EGYPT Pyramids Group Egypt	10–13.01.15	Египет Каир	www.pyramidsfaireg.com; info@pyramidsfaireg.com тел. +20 2 24 55 11 77; факс +20 2 24 55 11 88
GO BVV	15–18.01.15	Чехия Брно	www.bvv.cz; info@bvv.cz тел. +420 541 151 111; факс +420 541 153 070
FITUR Ifema	28.01–2.02.15	Испания Мадрид	www.ifema.es; infoifema@ifema.es тел. +34 91 722 30 00; факс +34 91 722 58 01
IMTM TOURISM EXHIBITION Israel Trade Fairs Center	10–11.02.15	Израиль Тель-Авив	http://eng.fairs.co.il; liora@fairs.co.il тел. +972 3 6404480; факс +972 3 6404497
THE ACTIVE TRAVEL SHOW VOS Media Ltd.	12–15.02.15	Великобритания Лондон	www.vosmedia.co.uk; info@vosmedia.co.uk тел./факс +44 (0)20 7370 8510
BIT – INTERNATIONAL TOURISM EXCHANGE Fiera Milano S.p.A.	12–14.02.15	Италия Милан	www.fieramilano.it; fieramilano@fieramilano.it тел. +39 (02) 4997 1; факс +39 (02) 4997 7379
ITB Messe Berlin GmbH	4–8.03.15	Германия Берлин	www.messe-berlin.com; central@messe-berlin.de тел. +49 (0)30 3038 0; факс +49 (0)30 3038 2325
«ИнтУРмАРкет» «Экспотур»	14–17.03.15	Россия Москва	www.expotour.org; expo@tourfond.ru тел. +7 (495) 626–86–93; факс +7 (495) 626–21–74
ILTM JAPAN Reed Exhibitions Japan	16–18.03.15	Япония Киото	www.reedexpo.co.jp; info@reedexpo.co.jp тел. +81 (0)3 3349–8501; факс +81 (0)3 3349–8599
MITT ITE LLC MOSCOW	18–21.03.15	Россия Москва	www.ite-expo.ru; helga@ite-expo.ru тел. +7 (495) 935 7350; факс +7 (495) 935 7351
SALON MONDIAL DU TOURISME Comexposium	19–22.03.15	Франция Париж	www.comexposium.com; infos@exposium.fr тел. +33 (0)1 76 77 11 11; факс +33 (0)1 76 77 12 12
TUR Svenska Mässan	19–21.03.15	Швеция Гётеборг	www.svenskamassan.se; infomaster@svenskamassan.se тел. +46 31 708 80 00; факс +46 31 16 03 30
AITF Iteca Caspian LLC	2–4.04.15	Азербайджан Баку	www.iteca.az; office@iteca.az тел. +994 12 404 1008; факс +994 12 4041001
CARAVAN, CAMPING, RV AND HOLIDAY SUPERSHOW Caravan and Camping Industry Association	11–19.04.15	Австралия Сидней	www.caravan-camping.com.au; admin@cciansw.com.au тел. +61 (02) 9615 9914; факс +61 (02) 9615 9998
AFRICA TRAVEL WEEK Thebe Reed Exhibitions	13–17.04.15	ЮАР Кейптаун	www.thebereed.co.za; info@thebereed.co.za тел. +27 (11) 549 8300; факс +27 (11) 549 8500
TURISME Fira de Barcelona	17–19.04.15	Испания Барселона	www.firabcn.es; info@firabcn.es тел. +34 93 233 20 00; факс +34 93 233 21 98
SEA-ASIA Seatrade Communications Singapore Pte Ltd.	21–23.04.15	Сингапур	www.seatrade-global.com; info@seatrade-asia.com тел. +65 6294 2280; факс +65 6294 2780
WORLD TRAVEL MARKET LATIN AMERICA Reed Exhibitions Companies	22–24.04.15	Бразилия Сан-Паулу	www.reedexpo.com; rxinfo@reedexpo.co.uk тел. +44 20 8271 2134; факс +44 20 8910 7823
MITF RTE Group	май.15	Россия Москва	www.rte-expo.ru; info@rte-expo.ru тел. +7 (495) 921 44 07; факс +7 (495) 921 44 17
ARABIAN TRAVEL MARKET Reed Exhibitions Companies	4–7.05.15	ОАЭ Дубай	www.reedexpo.com; rxinfo@reedexpo.co.uk тел. +44 20 8271 2134; факс +44 20 8910 7823
TRAVEL FAIR PRISHTINA Congress & Event Organization	6–9.05.15	Косово Приштина	www.ceokos.com; info@ceokos.com тел. +381 38 220 003; факс +381 38 225 092
WTF – WORLD TRAVEL FAIR VNU Exhibition Asia Pacific Co., Ltd.	8–10.05.15	Китай Шанхай	www.vnuexhibitionsasia.com; vnu@vnuexhibitions.com.cn тел. +86 21 61956088; факс +86 21 61956099
IMEX Messe Frankfurt GmbH	19–21.05.15	Германия Франкфурт	www.messefrankfurt.com; info@messefrankfurt.com тел. +49 69 7575–0; факс +49 69 7575–64 33
ALTM – ASIA LUXURY TRAVEL MARKET Reed Travel Exhibitions	1–4.06.15	Китай Шанхай	www.reedtravalexhibitions.com; rxinfo@reedexpo.co.uk тел. +44 (0)20 8910 7910; факс +44 (0)20 8910 7879
ITE & MICE TKS Exhibition Services Ltd.	11–14.06.15	Гонконг	www.itehk.com; travel@tkshk.com тел. +852 3155 0600; факс +852 3520 1500
CARAVAN SALON DÜSSELDORF Messe Düsseldorf GmbH	28.08–6.09.15	Германия Дюссельдорф	www.messe-duesseldorf.de; info@messe-duesseldorf.de тел. +49 – 211 – 4560 900; факс +49 – 211 – 4560 668
SEATRADE EUROPE Hamburg Messe und Congress	9–11.09.15	Германия Гамбург	www.hamburg-messe.de; info@hamburg-messe.de тел. +49 40 3569 0; факс +49 40 3569 2180
«ОтДых» «Евроэксโป»	15–18.09.15	Россия Москва	www.euroexpo.ru; info@euroexpo.ru тел. +7 (495) 105–65–61; факс +7 (495) 248–17–87
EXPO ANDES Pro Andes	28–30.10.15	Чили Сантьяго	www.proandes.net; info@expoandes.net тел./факс +56 2 342 42 67

ПЕРЕЖИВАЛИ И НЕ ТАКОЕ

Конгрессно-выставочный центр «Сокольники» уже давно радует и удивляет посетителей не только качественными отраслевыми мероприятиями, но и уникальными, нестандартными, проектами. Как складывался этот год и чего ждать от «Сокольников» в будущем рассказал президент КВЦ «Сокольники» Алексей ШАБУРОВ.



ИВ Год еще не закончился, но первые итоги подвести можно. каковы они?

– Результаты на самом деле очень позитивные. В 2013 г. мы провели 120 выставок, в 2014 г. – более 170. И это не считая других мероприятий – презентаций, автомобильных тестов, конференций и пр. Все мероприятия, которые проходят на нашей площадке, я считаю достаточно успешными. Несмотря на изменение конъюнктуры рынка, идет неуклонное наращивание площадей, заказа дополнительных услуг. Из наших новых проектов я бы выделил выставки Fashion pre-collection, 3D print expo, Robotics expo, EveryCon, «химЭкспо», WellnessExpo, Make it Show, Autodesk University Russia. Мы считаем, что у этих проектов большой потенциал.

ИВ как вы оцениваете изменение экономического климата в стране? с кажется ли это на выставочном бизнесе?

– Ничего серьезного не произошло. Пережили мы в своё время 90-е годы, пережили кризис 2008 г. Переживём и события 2014 г.

В начале XXI в. санкции могли бы сказаться на выставочном бизнесе, когда крупные проекты по мебели, машиностроению и другие на 70, 80, а то и 90% состояли из иностранных участников. Сегодня ситуация совершенно иная: большинство выставок мебели, упаковки, сварочного оборудования и других на 60–70% состоят уже из российских компаний, участников из стран СНГ, Китая, Азии, либо из тех стран, которые не участвуют в санкциях. В общем, свет в конце тоннеля всегда виден, и я не вижу повода для отчаяния. Надо просто выполнять ту работу, которую мы всегда делаем.

Если говорить о глобальном выставочном рынке, то и тут ничего нового мы не видим. Кризисы наступают, а потом проходят – всё это нормальный ход событий. Поэтому задача выставочной индустрии – адаптироваться к несколько изменившимся условиям, причем в первую очередь они изменились по отношению к таким сегментам, как нефтяная промышленность, машинные производства, финансовый сектор и т.д.

В целом развитие нашей индустрии глобально, и я считаю, что она развивается в русле динамики экономики в целом.

ИВ каковы планы кВц «сокольники» на будущий год?

– Расширение. Расширение количества мероприятий, участников выставок, конференций. Расширение тематики. Адаптация площадки под крупные и нестандартные события, такие, например, как цирковые представления, временные музеи, культурные события мировой известности и другие массовые и зрелищные мероприятия. Также в планах – продолжать модернизировать площадку в части технического оснащения и следовать потребностям рынка.



Календарь выставок в КВЦ «Сокольники» на январь — август 2015 г.

FASHION 20 – 23 января

FASHION pre-collection

Организатор: EUROSHOES Moscow
fashion-fair.ru

 12 – 15 февраля

Формула рукоделия

Организатор: ООО «Формула рукоделия»
formula-rukodeliya.ru

 18 – 20 февраля

Выставка оборудования и технологий для кинопроизводства «МСА Экспо»

Организатор: ОАО «ЭкспоНАТ»
mcaexpo.com

 24 – 27 февраля

Euro shoes premiere collection

Организатор: EUROSHOES Moscow
euroshoes-moscow.ru

 26 февраля – 2 марта

Ювелирный Вернисаж в Сокольниках

Организатор: ООО «Ювелирный Вернисаж»
jewer.ru

 6 – 9 марта

Олдтаймер-Галерея

Организатор: ООО «Ретроград»
oldtimer.ru

 17 – 20 марта

Cabex (Кабели, провода, кабельные системы, технологии прокладки и монтажа)

Организатор: ЗАО «Международная выставочная компания» (в составе британского холдинга ITE Group)
cabex.ru

 24 – 26 марта

Реабилитация. Доступная среда

Организатор: ООО «Инва Экспо»
invaexpo.ru

 1 – 3 апреля

DOMOTEX Russia 2015, выставка напольных покрытий

Организатор: ООО «Дойче Мессе РУС»
domotex-russia.com

 2 – 5 апреля

Архимед

Организатор: ООО «ИнновЭкспо»
archimedes.ru

 2 – 5 апреля

Эквирос Professional

Организатор: Конгрессно-выставочный центр «Сокольники»
www.equiros.ru

 14 – 17 апреля

Аналитика Экспо

Организатор: ЗАО «Международная выставочная компания» (в составе британского холдинга ITE Group)
archimedes.ru

 14 – 16 апреля

ВакуумТехЭкспо

Организатор: ЗАО «Международная выставочная компания» (в составе британского холдинга ITE Group)
vacuumtechexpo.com

 28 апреля – 10 мая

12-я Всемирная танцевальная олимпиада

Организатор: Общероссийская танцевальная организация
olympiad.ortodance.ru

 15 – 17 мая

Экология мозга: искусство взаимодействия с окружающей средой

Организаторы: НП «Ассоциация междисциплинарной медицины», Европейский Совет по болезням мозга
intermeda.ru

 21 – 24 мая

WAN Экспо, Фестиваль беременных и младенцев

Организатор: Конгрессно-выставочный центр «Сокольники»
wanexpo.ru

 21 – 25 мая

Ювелирный Вернисаж в Сокольниках

Организатор: ООО «Ювелирный Вернисаж»
jewer.ru

16 – 19 июля

FASHION pre-collection

Организатор: EUROSHOES Moscow
fashion-fair.ru

 22 – 24 июля

Outdoor Business Show

Организатор: Некоммерческая ассоциация поставщиков товаров и услуг для туризма и активного отдыха (РОГ)
outdoor-show.ru

 18 – 21 август

Euro shoes premiere collection

Организатор: EUROSHOES Moscow
euroshoes-moscow.ru

Выставки, конгрессы,

AMSTERDAM RAI

Нидерландский выставочный комплекс Amsterdam RAI в деловом районе Амстердама зюйдас вскоре получит новый многофункциональный павильон с парковкой на 900 машино-мест. Семиэтажная парковка позволит комплексу довести общее количество парковочных мест до 4 тыс., что является необходимым для площадки, на которой проходят крупные международные события. Особенностью первого этажа парковочного здания является то, что его также можно использовать в качестве выставочного пространства благодаря высоте потолка. Новое сооружение, как ожидается, будет готово к эксплуатации в апреле 2016 г. за последние десять лет Amsterdam RAI инвестировала более 185 млн евро в современное оборудование для проведения международных мероприятий.

www.rai.nl

«ЛЕНЭКСПО»

Выставочный центр «Ленэкспо» в Санкт-Петербурге станет новым центром, способствующим импортозамещению. Здесь при участии государственных учреждений, бизнеса и научного сообщества будет проведена серия выставок и конференций, демонстрирующих российскую промышленную продукцию и технологии. «Инициатива создания центра поддерживается администрацией Санкт-Петербурга и Министерством промышленности и торговли РФ. Этот проект имеет все шансы стать визитной карточкой промышленности города, сосредоточив все инициативы и наработки, связанные с импортозамещением», – заявил Сергей Воронков, генеральный директор «ЭкспоФорум-Интернэшнл». Новый центр позволит продемонстрировать отечественную продукцию и продвигать ее на внутреннем и внешнем рынках. Презентация центра с участием ведущих экспертов, экономистов и руководителей крупных промышленных предприятий состоится в рамках XVIII Международного форума «Российский промышленник».

www.expoforum.ru

NÜRNBERGMESSE INDIA

Компания ExpoNova Exhibitions and Conferences (India) Pvt. Ltd. и немецкая медиа-компания Verlag für Chemische Industrie GmbH недавно подписали контракт о создании совместной выставки косметики и бытовой химии. Существующая выставка ингредиентов для бытовой химии и косметических средств HPCI India (Home and Personal Care Ingredients Exhibition and Conference India) будет дополнена новым косметическим разделом под брендом India Care Chemical Convention (CCC). Совместное мероприятие состоится впервые в марте 2015 г. в Мумбаи. Его организацию возьмет на себя компания NürnbergMesse India. Теперь выставка будет проходить под названием HPCI-CCC. Организаторы надеются, что это сделает ее крупнейшим мероприятием по данной тематике в Индии.

www.nuernbergmesse.de

REED EXHIBITIONS AUSTRALIA

Компания Reed Exhibitions Australia объявила о запуске новой выставки-конференции, направленной на поддержку растущих потребностей аграрной индустрии Австралии. Первая Agriworld Australia, двухдневная B2B конференция и выставка, пройдет 15–16 июля 2015 г. в выставочном центре Sydney Showground в Сиднейском олимпийском парке. Мероприятие продемонстрирует всю цепочку агробизнеса от «фермы до обеденного стола». Выставка состоится при поддержке основного отраслевого союза – Королевского сельскохозяйственного общества Нового Южного Уэльса. Среди экспонентов Agriworld Australia будут представлены производители и поставщики новейших технологий и сервиса в сельском хозяйстве, пищевой промышленности и торговле.

www.reedexpo.com

форумы

REED EXHIBITIONS

Международная компания Reed Exhibitions объединяет усилия с лидером южнокорейского выставочного рынка K. Fairs Ltd. и дебютирует в качестве организатора выставки Kormarine – витрины морской индустрии Южной Кореи. Международная выставка судостроения и морских технологий Kormarine собирает свыше тысячи экспонентов и 40 тыс. посетителей из более 70 стран. Она с успехом проходит с 1978 г. и продолжает лидировать на азиатском рынке, обслуживая основные сектора морского дела. Здесь демонстрируются лодки, корабли, паромы, а также последние разработки в области судовых двигателей, палубного и рыболовного оборудования, аксессуаров. Следующая выставка Kormarine пройдет с 20 по 23 октября 2015 г. в Пусане.

www.reedexpo.com

MESSE FRANKFURT ARGENTINA

Южноамериканская выставочная компания Messe Frankfurt Argentina берется за организацию Emitex, Simatex и Confemaq – международных выставок текстильных и швейных машин и технологий. Это расширит выставочный портфель компании в области текстильной и швейной промышленности и позволит укрепить позиции в качестве мирового лидера на рынке. Выставки Emitex, Simatex и Confemaq являются крупнейшими международными выставочными событиями текстильной и швейной промышленности в Южной Америке. В мае 2014 г. 255 экспонентов приехали в выставочный центр Costa Salguero в Буэнос-Айресе, половина из них были представителями международных компаний.

www.texpertise-network.com

ITE GROUP PLC.

Международная выставочная компания ITE Group Plc. сообщает, что годовая выручка за 2014 г. ожидается в размере около 174 млн ф.ст., это несколько ниже, чем в 2013 г., – 193 млн ф.ст. Компания продолжает ощущать влияние колебаний валютных курсов евро и рубля, которые, несомненно, повлияют на прибыль и в 2015 г., если ситуация не изменится. Бронирование мест на выставках компании находится на уровне ожидания, хотя и ниже, чем в предыдущем году. Причина спада связана с кризисом на Украине, который продолжает влиять на украинскую часть бизнеса компании. Экономические санкции не оказали непосредственного влияния на российский бизнес компании, но предполагается, что они ухудшат состояние российской экономики в будущем.

www.ite-exhibitions.com

MESSE FRANKFURT

Немецкая выставочная компания Messe Frankfurt своевременно реагирует на изменения в китайской текстильной отрасли. По мнению компании, крупные производители китайского текстиля в последние годы все чаще переезжают из Гонконга на материковый Китай. Поэтому с 2015 г. текстильная выставка компании Interstoff Asia Essential больше не будет проходить в Гонконге. Компания Messe Frankfurt также объявила, что весенняя ярмарка текстиля и пряжи Intertextile Shanghai Apparel Fabrics and Yarn Expo переедет и с 2015 г. будет проходить в Новом международном выставочном центре Шанхая (SNIEC), который отвечает потребностям дальнейшего роста выставки. Одновременно с ней пройдет 23-я международная шоу-выставка одежды и аксессуаров China International Clothing and Accessories Fair (CHIC), что позволит достичь эффекта синергии для участников обоих проектов. Компания Messe Frankfurt организует по крайней мере 8 текстильных выставок в Китае и имеет сильные позиции на этом рынке.

www.messe-frankfurt.com

Подготовлено по материалам бюллетеня Всемирной ассоциации выставочной индустрии UFI Exhibition HTML.– Newsletter, № 36–39, сентябрь–октябрь 2014 г.

«Крокус Экспо»:



Natexpo

Осень – лучшее время для презентации новинок в области телевидения, мультимедиа и цифровых технологий. На телевидении в разгаре новый сезон. Кабельные и спутниковые каналы рекламируют свои услуги, впереди подготовка к новогодним праздникам. Раз в год, осенью, в МВЦ «Крокус Экспо» проходит международная выставка профессионального оборудования и технологий для теле-, радио-, интернет-вещания и кинопроизводства Natexpo. В 2014 г. она пройдет с 19 по 21 ноября. Организатор, компания «ЭкспоНАТ», решила объединить и систематизировать развитие российских электронных средств массовой информации и связи. В отличие от узкоспециализированных выставок профессионального оборудования, проект Natexpo объединяет под одной крышей производителей не только технических средств и новых технологий, но и программного продукта, а также смежных отраслей – спутникового и кабельного телевидения, широкополосных средств мультимедиа и цифрового кинематографа. В рамках деловой программы запланирован Международный конгресс Национальной ассоциации телерадиовещателей (НАТ), а также тематические форумы. В прошлом году выставку Natexpo–2013 посетили 15,7 тыс. человек, в проекте приняли участие более 400 компаний из 25 стран.



«Мосшуз»

Очередная зимняя международная специализированная выставка обуви, сумок и аксессуаров «Мосшуз» пройдет с 19 по 22 января 2015 г. Проект существует с 1997 г. Сегодня это самая крупная выставка обуви в Восточной Европе, которая проходит четыре раза в год. Организатор, компания «МосШуз», регулярно собирает около 500 ведущих компаний – производителей и продавцов обуви, сумок и аксессуаров из почти 30 стран мира, а общая площадь экспозиции за годовой цикл составляет 52 тыс. кв. м. Выставку каждый раз посещают от 8 до 12 тыс. отечественных и иностранных специалистов.

ProMediaTech

Перспективный проект компаний «БилдЭкспо» и МВЦ «Крокус Экспо» – 7-й Международный фестиваль технологий продвижения и рекламы ProMediaTech состоится с 21 по 22 января 2015 г. Название фестиваля расшифровывается так: Pro – продвижение товаров и услуг, Media – работа со средствами массовых коммуникаций, Tech – технологии и оборудование. Основу экспозиционной части фестиваля составят стенды лучших специалистов в следующих сферах: дизайн и строительство выставочных стендов; презентационное оборудование; рекламно-производственные услуги; рекламная полиграфия. Особенностью ProMediaTech является объединение демонстрации новых решений рекламных компаний с основательной деловой программой, отражающей тенденции рынка рекламы.

день за днем



«CSTB/Телеком. Мобильная и фиксированная связь»

В последние годы в вещательной индустрии наблюдается быстрый рост и активное внедрение новых технологий. 17-я выставка-форум телевизионных и телекоммуникационных технологий расскажет всем работникам и активным пользователям электронных медиа, какие бизнес-идеи будут востребованы отраслью в ближайшее время. В 2015 г. выставка пройдет с 27 по 29 января в МВЦ «Крокус Экспо». Свыше 500 компаний и брендов из 29 стран мира представят последние достижения в области цифрового кабельного, спутникового и эфирного ТВ, Интернет-ТВ, CDN сетей и пр. В этом году организатор CSTB, компания «Мидэкспо – выставки и ярмарки», расширит тематику и проведет в рамках CSTB–2015 выставку-форум «Телеком. Мобильная и фиксированная связь», а также организует вручение национальной премии в области многоканального цифрового телевидения «Большая Цифра».



«Силовая электроника»

Международная выставка компонентов и систем для силовой электроники «Силовая электроника» уже много лет способствует углублению и усилению технологического развития страны. С 25 по 27 ноября 2014 г. выставка пройдет в 11-й раз. Организаторы проекта, компании «Примэкспо» и ITE, помогут познакомиться с передовыми технологиями энергоэффективности и энергосбережения, новейшими силовыми полупроводниковыми приборами и источниками питания, системами автоматизации и другим оборудованием отечественного и зарубежного производства. Специальный раздел выставки «Источники питания и батареи» будет посвящен современным способам аккумулирования энергии, которые тесно связаны с силовой электроникой, особенно при создании гибридных двигателей. Деловая программа будет включать несколько семинаров, а также выставочный проект «Молодая силовая электроника России».

Printech

Летом 2015 г. в МВЦ «Крокус Экспо» состоится премьера – Международная выставка оборудования, технологий и материалов для печатного и рекламного производства Printech. Об этом сообщает Бюллетень Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI). Мероприятие пройдет с 16 по 19 июня 2015 г. Организатор проекта, компания ITE, планирует проводить выставку раз в год при поддержке Межрегиональной ассоциации полиграфистов (МАП). Выставка Printech является актуальным отражением тенденций рынка, когда полиграфическое производство переориентируется от печати больших тиражей к изготовлению индивидуализированной печатной продукции. Инновационные процессы в печатном производстве, возможности расширения сферы применения полиграфических технологий, новые материалы для печати – эти темы станут предметом обсуждения во время мероприятий деловой программы выставки. Printech пройдет одновременно с крупнейшей в России выставкой упаковочной индустрии RosUpack, которую ежегодно посещают около 20 тыс. специалистов.



ОХОТНИКУ ЗВЕРЬ,

Охота и рыбалка – старинные промыслы, возникшие в древние времена и не теряющие своей актуальности даже в компьютерную эру как в качестве добычи пропитания, так и как способ развлечения. Секрет вечной популярности этих увлечений прост, ведь главный смысл состоит не просто в добыче рыбы или дичи, а в приобщении к особому направлению философии и мировосприятия – пониманию природы и гармонии с ней.

Рыбалка уже давно перестала быть прерогативой исключительно сильного пола, среди женщин также немало охотниц провести время на свежем воздухе, в тишине и собственных мыслях.

Если раньше удочка была орудием добычи пропитания, то теперь этот способ ловли носит больше развлекательный характер. Именно поэтому, несмотря на отсутствие необходимости самому ловить рыбу, чтобы прокормиться, количество рыбаков не уменьшается. Этот замечательный способ релаксации и источник позитивных эмоций всегда находит своих почитателей.

Все любители активного отдыха с нетерпением ждут очередную международную выставку «Охота.

Рыбалка. Отдых». Она состоится в восьмом зале второго павильона Международного выставочного центра «Крокус Экспо» с 27 по 30 ноября. Организатор – МВЦ «Крокус Экспо».

Много лет назад для многочисленных приверженцев такого времяпровождения в МВЦ «Крокус Экспо» открылась первая выставка «Охота. Рыбалка. Отдых», место встречи родственных душ, где каждый может найти всё необходимое. Осенью 2014 г. она пройдет уже в 17-й раз.

Выставка «Охота. Рыбалка. Отдых» устраивается дважды в год, с каждым разом всё более расширяя свою тематику и привлекая к участию новые компании. Начав свою работу как небольшое мероприятие,





ЧТО РЫБА РЫБАКУ

проект постепенно вырос до одного из самых крупных и интересных в России. В 2013 г. в нем приняли участие около 200 компаний со всего мира, которые представили свои продукты в сфере рыболовного и охотничьего снаряжения.

«Охота. Рыбалка. Отдых» – это настоящий праздник для любителей охоты и рыбалки, туризма и активного отдыха! Участники продемонстрируют самые разнообразные рыболовные снасти и оборудование для всех видов рыбалки; охотничьи товары и трофеи; оружие, широкий ассортимент ножей; туристическое и спортивное снаряжение. Также на выставке будут представлены различные транспортные средства: автомобили-внедорожники, квадроциклы, катера, моторные и вёсельные лодки, парусные яхты, байдарки, моторы, а также многочисленные сопутствующие товары. «Охота. Рыбалка. Отдых» – это не просто выставка, но и интересная шоу-программа, дарящая посетителям море положительных эмоций.

В ноябре на площади 7 тыс. кв. м разместятся более 250 участников из России, стран ближнего и дальнего зарубежья. Организаторы ожидают представителей 11 регионов нашей страны (Астраханской, Саратовской, Московской, Кировской, Архангельской, Нижегородской, Владимирской, Ленинградской, Калужской, Брянской областей, Алтайского края) и иностранных экспонентов из ЮАР, Новой Зеландии, Белоруссии, Украины, Испании, Франции.

Экспозиция будет разделена на шесть больших разделов: «Охота», «Рыбалка», «Техника», «Отдых и туризм», «Катера и лодки», «здоровье нации». Благодаря этому посетители смогут свободно ориентироваться в огромном представленном ассортименте, быстро находя интересующие их товары.



здесь можно будет увидеть и выбрать незабываемые сафари-туры по всему миру, рыболовное, охотничье и спортивное снаряжение, включая новинки, холодное оружие на все случаи жизни, великолепные охотничьи трофеи и многое другое.

Кроме того, гостей мероприятия ждут традиционные развлечения, среди которых: стрельба из лука и арбалета, метание ножа, парад собак охотничьих пород, конкурс «ножевиков», а также новые зрелищные события.

Богатой будет и деловая, и обучающая программа. Она включает практические уроки спиннинга, современные проводки, рекомендации по выбору спиннинга и воблера от специалистов ТД «Окунь»; демонстрацию работы охотничьих собак и консультации экспертов-кинологов по группам пород охотничьих собак (выбор щенка, воспитание, содержание, натаска, приемы охоты); конкурс «ножевиков» и соревнования детей по спортивному метанию ножа.

Помимо этого, планируется проведение «круглых столов» и семинаров по вопросам рационального использования охотничьих и рыболовных ресурсов, а также по другим важным разделам.

Выставка «Охота. Рыбалка. Отдых» пройдет при поддержке Министерства природных ресурсов и экологии РФ и Ассоциации «Росохотрыболовсоюз».

Организаторы ставят перед собой задачу познакомить посетителей с широчайшими возможностями охотничьего и рыболовного туризма России и поддержать тенденцию бережного отношения к природе и ее ресурсам.

Ирина кОнДРАШОВА



МЯУ, МЯУ, ГАВ!

Половина предновогодних выставок на территории МВЦ «Крокус Экспо» будет посвящена домашним животным. Это уникальная возможность для заводчиков собак и кошек продемонстрировать своего питомца миру, а также для всех, кто хочет стать счастливым обладателем четвероногого друга.

В конце осени, 29–30 ноября, и в начале зимы, 13–14 декабря, более 90 профессиональных заводчиков помогут любому, кто зайдет на выставку «БЭСтики-ШОУ», найти преданного и ласкового домашнего любимца. Выставку организует клуб объединенных питомников «БЭСтики». Все щенки и котята на «БЭСтики-ШОУ» проходят предварительный ветеринарный осмотр и приобретаются по контракту с заводчиком. Выставка проходит раз в месяц с сентября по май. Всего за 4 года проект стал узнаваемым, приобрел постоянных участников и постоянных посетителей. Программа выставки включает в себя различные конкурсы, а победители получают подарки от спонсоров.

В выставке «БЭСтики-ШОУ» принимают участие лучшие производители товаров для животных, у которых можно приобрести корм, средства по уходу, одежду, переноски и всё, что нужно питомцу. Там также можно сделать прекрасные фото любимых животных в специальной фотостудии.

В декабре в «Крокус Экспо» будут организованы специализированные выставки кошек «Гран-при Royal Canin–2014» (6–7 декабря) и собак «золотой ошейник–2014» (20 декабря).

Выставка-шоу «золотой ошейник» – основное событие в программе Российской кинологической федерации (РКФ). В течение года федерация организует выставки и соревнования среди заводчиков собак. В марте – это международная выставка собак «Евразия», в ноябре – выставка собак «Россия». Обе проходят в «Крокус Экспо». На обеих выставках собакам выставляются оценки и присваиваются важные для профессионалов звания, например «Лучшая сука породы», «Лучший кобель породы» и другие. На завершающем сезон «золотом ошейнике» присваивается титул «Лучшая собака года».

Международная выставка кошек «Гран-при Royal Canin», которую организует выставочная компания «Экспо-Арт», каждый год бьет рекорды посещаемости. В 2013 г. она собрала более 2 тыс. участников при 32 тыс. посетителей и прочно закрепила за собой репутацию крупнейшей выставки кошек в мире. Выставка привлекает заводчиков самого высокого уровня. Можно с уверенностью утверждать: лучших кошек страны показывают именно здесь. На выставке присуждаются премии «Гран-при Royal Canin»: «Лучший котенок», «Лучший взрослый кот» и «Лучший ньютер». В этом году на выставке будут активно применяться мультимедийные технологии. Происходящее на основной сцене будут транслировать на экраны, расположенные в разных уголках зала, а в «Музее кошки Royal Canin» представят интерактивную компьютерную программу Catom – подробнейший электронный справочник по анатомии кошки, предназначенный для ветеринарных врачей и всех желающих удовлетворить научный интерес.

Пространство выставки будет разбито на несколько функциональных зон: сцена, зона отдыха, зона торговли, места проведения различных акций, Киттен-центр, где можно полюбоваться и даже поиграть с котенком и «Музей кошки».

надежда КАЛмычкова



ПОЛЕЗНЫЙ РЕЕСТР

Летом этого года Российский союз выставок и ярмарок (РСВЯ) выпустил каталог «Выставочные центры РСВЯ», содержащий описание экспозиционных площадок, на которых члены союза проводят свои мероприятия. Выставочная деятельность является составной частью общей хозяйственной активности в стране, а это значит, что данное издание можно рассматривать как часть общенациональной экономической статистики, что придает ему очевидную ценность.

В издании содержится информация о 29 выставочно-конгрессных центрах-членах Российского союза выставок и ярмарок в 22 городах России, Украины и Молдовы с общей закрытой экспозиционной площадью свыше 600 тыс. кв. м. Это те города, в которых есть специализированные выставочные центры. В описании приводится довольно подробная информация о технических характеристиках павильонов, их оснащении и предоставляемых услугах, даются планы-схемы расположения павильонов и залов, а также информация о проводимых мероприятиях.

Полезным дополнением, интересным для всех читателей, вовлеченных в выставочную и конгрессную деятельность, является разнообразная социально-экономическая и туристическая информация о городах и регионах, в которых расположены выставочные комплексы.

Интерес представляет общая статистика выставочной деятельности по наиболее крупным городам. Так, сообщается, что в Москве проводят выставки 22 организации, являющиеся членами РСВЯ. В 2013 г. они организовали 202 выставки суммарной площадью нетто около 1,2 млн кв. м. В Санкт-Петербурге работают 8 компаний-членов РСВЯ, которые в 2013 г. провели 113 выставок суммарной площадью 186 тыс. кв. м. Это дает возможность сопоставить значимость отдельных городов в общей выставочной картине страны. Статистика о выставочных центрах и проводимых в них мероприятиях, приведенная в издании, представляет несомненную ценность. Детальное описание технических характеристик центров и их планы-схемы дают возможность сопоставления качественных параметров. Вместе с тем, справочник не дает общую и полную картину выставочной деятельности в стране. Выставки с той или иной степенью регулярности проводятся членами РСВЯ в более чем 40 городах, зачастую в не приспособленных для этого зданиях – во дворцах культуры, спортивных комплексах, фойе зданий местных администраций и пр. Несмотря на неполноту сведений, издание является полезным и важным инструментом для оценки выставочного потенциала страны и определения места России на международном выставочном рынке. Оно, несомненно, будет востребовано специалистами и всеми, кто интересуется выставочной отраслью.



Российский союз выставок и ярмарок (РСВЯ) – объединение ведущих российских организаторов выставок, владельцев выставочных комплексов, предприятий, содействующих выставочному бизнесу, а также представителей выставочного бизнеса Молдовы, Украины. Союз учрежден в 1991 г. Является членом Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) с 1994 г. В РСВЯ входит 95 организаций-представителей всех федеральных округов РФ, включая 29 выставочных и конгрессных центров. Члены РСВЯ проводят ежегодно в 43 российских городах более 1 тыс. выставок, суммарная площадь которых составляет около 2 млн кв. м.



П И Г Р А Е М ?



В преддверии Нового года все мы становимся немножко детьми. Хочется вернуть то невероятное ощущение праздника и счастья, когда от предчувствия новогодних подарков замирало сердце. Для кого-то это была говорящая кукла с хлопающими ресницами, для кого-то – игрушечный пистолет или костюм индейца Дикого Запада. Мир игрушек огромен и разнообразен. Путь, который прошла к успеху крупнейшая в мире компания по их производству – Mattel Inc., – был совсем не детским.

Если кто-то думает, что слово «Мэттэл» в названии крупнейшей в мире компании по производству игрушек что-то означает, то он ошибается. Это всего-навсего сокращение от имен двух приятелей – харольда «Мэтта» Мэтсона и Эллиота хэндлера, которые создали маленькое предприятие по производству рам для картин и фотографий.

ГАРАЖ КАК ТОЧКА ОТСЧЕТА

забавно, но именно гараж стал местом рождения самых крупных и успешных американских компаний. Mattel – не исключение. Она тоже родилась в гараже.

Послевоенный 1945 г. был полон надежд и планов на будущее. Приятели, которые жили тогда в пригороде Лос-Анджелеса, купили в магазине «Сиэрс» в рассрочку три станка, установили их в гараже и энергично взялись за дело. Возможно, всё на этом бы и закончилось, если бы жена Эллиота Рут не обратила внимание на то, что у них остается много древесины, которая идет в отходы. Рут была десятым ребенком в бедной семье, и выбрасывать лишнее она не привыкла. Для изготовления пол-



эллиот и Рут хэндлеры. Эллиот хэндлер, один из основателей компании Mattel, родился в 1916 г. в Чикаго. Он получил образование в Центральном колледже дизайнера в Пасадене, Калифорния. В 1938 г. хэндлер женился на Рут Москович, которая сыграла важную роль в становлении и развитии компании Mattel. Рут родилась в 1916 г. в Денвере, она была десятым ребенком в семье польско-еврейских эмигрантов. Рут и Эллиот познакомились в Лос-Анджелесе, где Рут устроилась стенографисткой в кинокомпанию «Парамаунт Пикчерс». В 1941 г. у них родилась дочь Барбара, а в 1943-м – сын Кеннет. Эллиот и Рут прожили длинную совместную жизнь. Рут скончалась в 2002 г. в возрасте 85 лет, а Эллиот – в 2011 г., дожив до своего 95-летия.



ноценной рамы дерева не хватит, а вот сделать кукольный домик с кукольной мебелью – в самый раз. Тем более, что к этому времени в семье хэндлеров уже было двое детей – дочь Барбара (по-домашнему – Барби) и сын Кеннет (Кен). Идея оказалась очень удачной. После войны жизнь стала потихоньку налаживаться, родители баловали детей и не скупилась на игрушки.

Вложив в новое дело 100 тыс. долл., в первый же год продаж они заработали 30 тыс. долл.

Производство товаров для маленьких оказалось делом интересным и затягивающим. В 1947 г. друзья выпустили на рынок свой первый хит – детскую гавайскую гитару укулеле «Юк-а-Дудл». Успех был огромным. Проблемы со здоровьем не позволили Мэтту Мэтсону полностью насладиться удачей – он покинул компанию и продал свою долю хэндлерам. В 1948 г. в Калифорнии они зарегистрировали компанию под названием Mattel.

Эллиот решил продолжить музыкальную тему и вложил 20 тыс. долл. в создание музыкальной шкатулки. Вот это был успех так успех! Каждый ребенок в Калифорнии, и не только, канючил, чтобы ему купили музыкальную шкатулку. Изделие было сделано по подобию старинных швейцарских шкатулок, ребенок мог сам приводить ее в действие при помощи рукоятки, которая запускала особый механизм.

Музыкальная шкатулка сыграла, пожалуй, главную роль в дальнейшем становлении компании, и не только с финансовой точки зрения. Рут и Эллиот поняли, что детям важно не просто крутить красивую вещицу перед глазами, а взаимодействовать с нею. хэндлеры задумали целую серию таких игрушек.

Кукла Барби – самый успешный продукт за всю историю игрушек, который покорила весь земной шар. Барби обеспечивает треть продаж корпорации.

Mattel Inc. – крупнейшая американская корпорация, специализирующаяся на производстве игрушек, детских книг, одежды, спортивных и канцелярских товаров для детей. В 2012 г. продажи корпорации составили 6,4 млрд долл., а чистая прибыль – 776 млн долл. Штат сотрудников компании – 28 тыс. человек. В 2013 г. корпорация Mattel Inc. вошла в список «100 лучших компаний-работодателей» по версии журнала Fortune. Штаб-квартира находится в г. Эль-Сегундо, Калифорния.





Производство товаров для маленьких оказалось делом интересным и затягивающим. В 1947 г. на рынок вышел первый хит – детская гавайская гитара укулеле «Юк-а-Дудл». Успех был огромным.



Сейчас
компания Mattel Inc.
принадлежит свыше
40 брендов.



ГенеРАТОР Идей

К 1955 г. Mattel превратилась в крупную процветающую компанию – больше никаких гаражей и самодельных рамок. Компания продавала детских товаров на 5 млн долл. ежегодно. за музыкальной шкатулкой последовал еще один хит – игрушечный пистолет-автомат Burp Guns.

С самого начала генератором идей была Рут – именно она придумывала всё новые и новые ходы. В 1955 г. под ее влиянием компания пошла на рискованный, но сильный, с точки зрения маркетинга, шаг. хэндлеры заключили контракт с Клубом друзей Микки Мауса, выступив спонсором показа мультиков компании Disney Corp. на каналах сети ABC. На рекламу своих товаров во время этих показов хэндлеры потратили 500 тыс. долл. зато в титрах программы сообщалось о спонсоре, игрушки Mattel демонстрировались на экране, это имя стало известно широкой зрительской аудитории.

ход с рекламой игрушек во время показа мультфильмов оказался чрезвычайно успешным. Более того, он перевернул представления о маркетинге в этой индустрии – ведь до сих пор «игрушечные» компании старались прежде всего ублажить розничных торговцев, чтобы те взяли их товар. хэндлеры же обратились напрямую к конечным потребителям – самим детям и их родителям. Скоро все американские малыши знали слово Mattel и хотели, чтобы родители купили им именно те игрушки, которые они видели по телевизору.

РОЖ ДЕН Ие БАРБИ

Короче, жизнь удалась. Компания процветала, и, скорее всего, она осталась бы одной из просто хороших производителей игрушек, если бы неугомонная Рут не отправилась в путешествие по Европе. Там она увидела куклу, которая ее поразила. Это был не просто голубоглазый пупс, некое бесполое существо с розовыми щеками и пухлыми ручками и ножками. Это была настоящая женщина, с хорошей фигурой, длинными ногами, тонкой талией и явно очерченным бюстом. Она была одета во взрослую одежду, и у нее были даже подведены глаза! Рут осенило: надо сделать куклу, которая позволила бы девочкам развивать свои природные наклонности, готовила бы их к взрослой жизни, ведь им так нравится представлять себя взрослыми красавицами! Она часто видела, как ее собственная дочь с удовольствием вырезает из бумаги наряды для картонной куклы, как она любит наряжаться в материнские платья и крутиться перед зеркалом.

Да, это была идея, которая перевернула представления о том, какой должна быть настоящая кукла для подрастающего поколения американок. Нельзя сказать, что ее муж и старый друг мистер Мэттсон восприняли идею с восторгом – они сомневались, что пуритане-американцы



будут покупать своим детям куклы с пышными формами. Мэтт и Эллиот, казалось, были правы – на Ярмарке игрушек в Нью-Йорке кукла была встречена довольно прохладно. Однако интуиция, как всегда, не подвела Рут.

Кукла, которую назвали, конечно же, в честь дочери – Барби, была запатентована в 1958 г. и появилась в продаже в 1959 г. Надо ли говорить, что она снискала огромный успех, побив все рекорды продаж кукол для девочек того времени. Но ведь Барби надо где-то жить, на чем-то ездить, во что-то играть – для куклы стали выпускаться многочисленные аксессуары: машины, дома, мебель, качели, расчески, зеркала и пр. Комплекты нарядов для Барби создавали именитые модельеры. Компания начала строить целый мир вокруг своего персонажа.

Годом позже Барби обзавелась подружкой – Болтливой Кэти (Chatty Cathy), первой говорящей куклой в Америке. Она также имела успех, но до Барби не дотягивала ни с какой стороны. затем последовал друг Барби – Кен, ее лучшая подруга Мидж хэдли и младшая сестра Скиппер.

В 1963 г. продажи Mattel превысили 26 млн долл., а в 1965-м – 100 млн долл. К 1968 г. в США работало большое количество фан-клубов Барби, объединявших около 1,5 млн человек.

Успех Барби ускорил превращение Mattel в публичную компанию – с 1963 г. ее акции стали торговаться на Нью-Йоркской бирже. В 1967 г. Рут, генератор идей и изобретатель Барби, стала президентом компании. Но почитать на лаврах было не в характере Рут и Эллиота, они не хотели зависеть от одной лишь Барби и старались обновлять ассортимент игрушек. Некоторые из них, например серия гоночных машинок Hot Wheels (они выпускаются до сих пор), стала несомненным хитом продаж. К концу 60-х Mattel была крупнейшим производителем игрушек в мире.

ДРУЖБА с Китаем И ПРОЧИЕ неПРИЯтн Ости

Но хорошие времена постепенно заканчивались. В 1973 г. выяснилось, что в течение двух лет компания предоставляла ложную финансовую отчетность и нарушала условия поставок. Акции компании упали. Эллиот хэндлер и финансовый директор компании были вынуждены выплатить огромные штрафы.

В 1974 г. хэндлеры покинули руководящие посты в своей компании, хотя и продолжали принимать участие в ее жизни.

В 80-е годы дети окунулись в мир видеоигр. Игровые приставки были мечтой каждого уважающего себя ребенка. Могла ли Mattel остаться в стороне? Конечно, нет. Рынок диктовал свои правила, и Mattel вошла в бизнес по производству игровых консолей. Но дело не пошло. В 1983 г. убытки составили 394 млн долл., она едва избежала банкротства.



Увлечение Диким западом во второй половине 1950-х гг., фильмы и телесериалы на эту тему не оставили Mattel безучастным: игрушечные винчестеры, другие предметы, связанные с освоением Дикого запада, довели объем продаж компании в 1957 г. до 9 млн долл.



Около половины продаж игрушек Mattel генерируют три крупнейших торговых сети мира: Wal-Mart, Target и Toys'r'Us.



История успеха

Mattel выпускает по лицензиям игрушки, настольные игры, аксессуары с символикой Гарри Поттера, Супермена, Бэтмена и других известных героев.



Новый председатель Совета директоров Джон Амерман выправил курс к 1987 г., продав или закрыв многие нерентабельные предприятия, входящие в состав компании, и сосредоточившись на традиционных, базовых, продуктах. Но компания утратила первенство на рынке игрушек – крупнейшим их производителем стала компания Hasbro Inc.

К 1990-му у Mattel было около 50 кукол, 250 наименований аксессуаров, включающих одежду, постельное белье, обувь, рюкзаки и пр. В 1991 г., согласно статистике Mattel, 95% американских девочек играли в куклы Барби. С 1987 по 1992 г. их продажи выросли с 430 млн до почти 1 млрд долл.

В 1988 г. Mattel возобновила сотрудничество с компанией Disney и получила эксклюзивные права на создание и реализацию игрушек на основе диснеевских персонажей – Золушки, Русалочки, Красавицы и Чудовища, Аладдина и других.

Идея внедриться на бурно развивающийся компьютерный рынок не оставляла умы руководителей фирмы. В 1999 г. за 3,5 млн долл. она купила компанию по производству обучающих программ и видеоигр The Learning Co. Однако и эта попытка оказалась провальной. К 2000 г. из-за приобретения The Learning Co. Mattel Inc. ежедневно теряла около 1,5 млн долл. Акции компании рухнули до 11 долл., тогда как в 1998 г. они стоили по 48 долл.

В 2000 г. Mattel Inc. продала The Learning Co. с убытком в 491 млн долл. Последствия этого приобретения эксперты назвали «одним из крупнейших промахов в корпоративной истории».

Однако неприятности на этом не закончились.

В 2002 г. Mattel закрыла свою последнюю фабрику по изготовлению игрушек на территории США и перенесла производственные мощности в Китай, что повлекло за собой череду неприятных последствий. Скандал разразился, когда в игрушках обнаружили повышенное содержание свинца. В 2007 г. Mattel была вынуждена отозвать с рынка 18 млн своих изделий, в том числе 600 тыс. Барби. Но на этом китайские злоключения не закончились. Выяснилось, что в игрушках использовались очень сильные магниты, которые могли нанести вред детям. Пришлось снова отзывать игрушки с рынка. Компания извлекла уроки из кризиса и пересмотрела свою производственную политику.

Сегодня компания Mattel является одним из крупнейших производителей игрушек во всем мире. Продукция знаменитого бренда производится на фабриках в Китае, Индонезии, Малайзии и Мексике и продается в 150 странах мира.



Crocus Group

RESTAURANTS



АИТСОЯМАЯ ИТОНОКАЯ КУХИИ

УЛ. С. ДЖАМТОВА 11/20
+7 495 645-31-01
NOBURESTaurants.RU



ЕВРОПЕЙСКАЯ КУХИИ

УЛ. С. ДЖАМТОВА 11/20
+7 495 620-31-06
ROSEBAR.RU



ЕВРОПЕЙСКАЯ И ТЕМ-АЗИАТИСКАЯ КУХИИ

65-66 КМ МКАД КРОКОВО СИТИ КОУЛТ
+7 495 727-11-26
BACKSTAGEREST.RU



АМЕРИКАНСКАЯ, ЕВРОПЕЙСКАЯ И
РЕЧНОКАЯ КУХИИ

65-66 КМ МКАД, КРОКОВО СИТИ
+7 495 727-20-11
SHORE-HOUSE.RU



СОВРЕМЕННАЯ ИТАЛИАНСКАЯ КУХИИ

НОВИНОК И Б. Д. П.
ТНХ ВЕДАЕ 2-ЭТАЖ
ZAFFERANOREST.RU



ИТАЛИАНСКАЯ КУХИИ

НОВИНОК И Б. Д. П.
ТНХ ВЕДАЕ 2-ЭТАЖ
EDOKO.RU

РЕСТОРАНЫ CROCUS GROUP ОРИЕНТИРОВАНЫ НА ИСТИННЫХ ЦЕНИТЕЛЕЙ ВЕЛИКОПЕЛНОЙ КУХИИ. КАЖДОЕ ЗАВЕДЕНИЕ ОТЛИЧАЕТСЯ СВОЕЙ НЕОБЫЧАЙНОЙ АТМОСФЕРОЙ И ИДЕАЛЬНО ПРОДУМАННОЙ КОНЦЕПЦИЕЙ.

НЕСПЯЩЕЕ СЕРДЦЕ ИРАНА

Одной из наиболее технологически развитых и интересных стран Западной Азии является Иран. Он обладает вторым по размеру ВВП в этом регионе после Турции. Здесь развита нефтяная и нефтехимическая промышленность, машиностроение, текстильная, ковроткаческая, пищевая промышленность.



В Тегеранском выставочном комплексе проводится более 60 различных выставок в год.

Географическое положение Ирана – на перекрестке торговых путей – всегда привлекало сюда множество торгового люда. Иран – это своего рода мост, который связывает европейский, азиатский и африканский континенты.

«Никогда не спящее сердце Ирана» – именно так местные жители называют свою столицу, Тегеран, один из крупнейших азиатских мегаполисов с почти 14-миллионным населением.

Тегеран расположен на севере страны у подножья горного хребта Эльбурс, к югу от побережья Каспийского моря. Город является административным центром одноимённого остана, политическим, экономическим, транспортным, торгово-финансовым и культурным центром страны.

Важнейшим элементом бизнес-структуры Тегерана считается Тегеранский международный выставочный центр (Tehran International Exhibition Center). Поскольку выставка – это торговая витрина страны и эффективный инструмент для производителей и экспортеров, развитию выставочной индустрии в Иране уделяется большое внимание.

Тегеранский международный выставочный центр расположен в самом сердце Тегерана – в квартале Теджриш. Экспоцентр работает с 1969 г., тогда же была создана и управляющая компания – «Международные выставки Ко.». Он уже долгое время служит главным выставочным центром Ирана, обладая впечатляющей инфраструктурой и предоставляя отличный сервис. Экспоцентр располагает более чем 80 тыс. кв. м закрытой площади и около 35 тыс. кв. м открытой площади. На территории комплекса располагаются 34 крытых выставочных павильона. Кроме того, в распоряжении участников выставок и гостей находятся все необходимые объекты инфраструктуры: 9 конференц-залов, грузовые подъемники, современные средства связи, а также таможенное управление, банк, страховые компании, рестораны и многое другое.

На территории комплекса имеются три огромные зоны паркинга: вместительная крытая автостоянка в западном секторе, крытая парковка в южной части комплекса и открытая автостоянка вблизи северного входа.

В Тегеранском международном выставочном комплексе проводится более 60 различных выставок в год, не считая других мероприятий. Сюда съезжаются не только посетители и экспоненты страны, но и гости со всего мира. Выставочный комплекс представляет собой идеальную платформу для ведения бизнеса, установления новых деловых и партнерских контактов, изучения новых возможностей и встреч с клиентами.

Среди ведущих проектов Тегеранского международного выставочного центра выделяется Иранская Международная выставка мебели,



Тегеран – один из крупнейших городов Азии с населением около 14 млн человек. Город растянулся с запада на восток на 50 км вдоль горного склона. При этом его северные районы находятся на высоте до 2 тыс. м над уровнем моря, а южные пригороды вплотную примыкают к каменистой пустыне Кавир. Из-за этой особенности положения города в его северных районах климат прохладный и влажный, тогда как в южных – сухой и жаркий. Тегеран – важнейший экономический и промышленный центр Ирана. Промышленные предприятия города дают 35% совокупной стоимости промышленной продукции Ирана, в нём сосредоточено около 30% рабочих страны. Главная улица города – бульвар Вали-Аср протяженностью 18 км. На Бульваре Вали-Аср расположено единственное на территории Тегерана общественное заведение, где можно употреблять алкогольные напитки, а женщинам позволено ходить с непокрытой головой.

Тегеранский
международный
выставочный
центр работает с
1969 г. и является
главным
выставочным
центром Ирана.

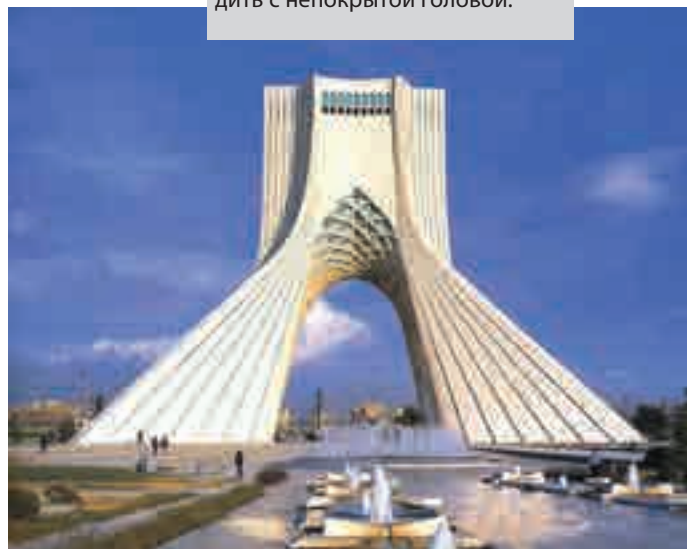
оборудования и смежных индустрий (International Exhibition of Furniture Machinery, Equipment and Related Industries). Событие проходит при участии 220 местных компаний-производителей и более 100 иностранных компаний. Выставка занимает более 30 тыс. кв. м выставочного пространства.

Среди прочих событий стоит отметить Международную выставку в области охраны и защиты окружающей среды (International Environment Exhibition), которая в 2014 г. состоялась на территории экспоцентра уже в 13-й раз. На выставке в свое время побывали такие высокопоставленные лица государства, как Вице-президент Ирана Эсхаг Джахангири, Глава Иранской организации по защите окружающей среды Масуме Эбтекар, а также министр охраны окружающей среды Армении, посол Тегерана в Италии и управляющий директор Иранской международной выставочной компании. В рамках выставки более 184 иранских компаний наряду с зарубежными коллегами из Германии, Италии и Финляндии представляют новейший ассортимент товаров в области экологии. Выставка занимает 19 тыс. кв. м.

Тем не менее ударной силой Ирана по-прежнему остается нефтехимический сектор. Здесь ведущее место занимает Международная выставка Iranplast, которая в 2012 г. отметила свое 50-летие. Выставка традиционно собирает более 600 ведущих представителей деловых кругов резинотехнической и пластмассовой промышленности не только стран Ближнего Востока, но и всего мира. Выставка проводится при поддержке Национальной нефтехимической компании Ирана (NPC) и занимает более 20 тыс. кв. м экспозиционной площади.

В отличие от многих других иранских городов, Тегеран комфортно посещать в течение всего года: окружающие заснеженные горы приносят прохладу летом и защищают от холодных ветров зимой, обилие парков, садов и ирригационных каналов располагает к неторопливым прогулкам, а шумные восточные базары бурлят независимо от показателей термометра.

Алексей ШАБУРОВ,
президент конгрессно-выставочного центра «с окольники»



Из прошлого

ВСТРЕТИМСЯ



В 1904 г. состоялась Всемирная выставка в Сент-Луисе, приуроченная к столетию покупки Луизианы Соединенными Штатами. Мероприятие надолго осталось в народной памяти, о нем был снят знаменитый фильм, а слова из песни до сих пор используют как популярное приветствие. Американцам выставка запомнилась как идиллический образ времени перед мировыми войнами.



Всемирная выставка в Сент-Луисе открылась в мае 1904 г., с опозданием на год, так как организаторы хотели максимально увеличить международное присутствие. Главная её идея состояла в демонстрации превосходства человека над природой, однако на более глубоком уровне читалась мысль о превосходстве западной цивилизации над всем остальным миром.

В то время общественное мнение США было расколото вопросом о том, стоит ли колонизировать территории в Тихом океане, еще не занятые европейцами. Выставка давала хорошую возможность продемонстрировать «прогресс», которого достигли менее цивилизованные народы, недавно колонизированные США. Кроме того, с её помощью США могли продемонстрировать себя как восходящего мощного соперника европейских государств.

Организаторы с самого начала не скрывали своей цели – переключить во всех отношениях Чикаго, где в 1893 г. с огромным успехом прошла Всемирная Колумбова экспозиция.

В СЕНТ-ЛУИСЕ



Выбрать подходящее место для столь масштабного и многолюдного мероприятия – всегда непростое дело. После жарких дебатов в конечном итоге решили строить выставочный городок в лесистой местности на западной оконечности города (ныне известной как Форест Парк), подальше от района неприглядных трущоб на востоке.

Жители поначалу возражали против того, чтобы их любимый Дикий уголок, как они называли это место, был превращен в строительную площадку. Однако работы начались в срок. Перед организаторами стояли сложные технические и логистические задачи. Прежде всего надо было повернуть русло реки Де Пер и убрать ее под землю, чтобы исключить нередкие здесь наводнения. Для этого следовало соорудить совершенно новую водораспределительную систему. В долгосрочном плане это пошло на пользу городу. Было осушено естественное озеро, его форма изменена, и на его месте появился искусственный водоем, который стал ландшафтным центром всей выставки.

Размах экспозиции поражал – ее общая площадь составила более 5 млн кв. м, крупнейшая на тот момент площадь ЭКСПО. Всего было построено 1500 сооружений, соединенных дорожками общей длиной 120 км.

Огромные размеры выставки диктовали архитекторам и строителям особые требования: надо было таким образом обустроить ландшафт и разместить павильоны, чтобы посетители могли любоваться впечатляющими видами, где бы они ни находились. Кроме того, требовалось место, откуда была бы видна вся выставка. Было решено, что ни одно сооруже-



знаменитый мюзикл
Винсента Миннелли
«Встреть меня в Сент-Луисе»
воскрешает атмосферу и
события выставки 1904 г.



томас Джефферсон (1743–1826), видный деятель Войны за независимость США, один из авторов Декларации независимости, один из отцов-основателей США и их третий президент (с 1801 по 1809 г.). Он был выдающимся политическим деятелем, дипломатом и философом эпохи Просвещения. Был также разносторонним учёным – агрономом, архитектором, археологом, палеонтологом, изобретателем, писателем. Основными событиями его президентства считают Луизианскую покупку и Экспедицию Льюиса и Кларка, в 1804 г. отправившуюся для изучения приобретённых земель. Экспедиция изучила нынешний Северо-запад США и заложила основу для колонизации Скалистых гор и Тихоокеанского побережья.

ние не должно превышать 20 м в высоту, огромное внимание уделялось ритмичному расположению павильонов, которые перемежались открытыми пространствами с тщательно спланированными зелеными лужайками, водоёмами, цветниками. Архитектурным центром и наиболее фотографируемым объектом выставки был Праздничный павильон, увенчанный огромным куполом. Он возвышался на холме искусств. Там же находился и Дворец свободных искусств. В Праздничном павильоне в огромном зале на 4,5 тыс. мест был установлен крупнейший в мире орган, звуками которого каждый вечер наслаждались тысячи слушателей.

Прямо от Праздничного павильона начинался каскад фонтанов, ночью подсвечиваемых в цвета радуги, который заканчивался Большим бассейном. Это было главным местом притяжения гостей выставки. Красочная водная феерия зримо демонстрировала основную мысль выставки – власть человека над природой. Это был яркий пример того, как чело-



век по своей воле преобразовал и облагородил естественную природную среду.

Не упуская из виду основную цель – оставить позади Чикаго с его выставкой, главное здание было обильно и изысканно декорировано в стиле модерн, а павильоны, выстроенные из гипса, выкрашены в благородный цвет слоновой кости. Как известно, чикагское ЭКСПО вошло в историю под названием «Белый город» (из-за цвета павильонов). Организаторы посчитали, что «Город цвета слоновой кости» звучит аристократичнее.

Из павильонов, веером расположенных вокруг Большого бассейна, выделялся Дворец сельского хозяйства. Это было крупнейшее здание выставки площадью 324 тыс. кв. м. Сельскохозяйственные продукты из 15 стран и 42 штатов США были представлены вниманию посетителей. Там же были забавные скульптуры, сделанные из таких необычных для ваения материалов, как миндальные орехи, хлопок или злаки.

Дворец электричества и машиностроения демонстрировал всю важность электричества для наступившего XX века. На зрителей производила большое впечатление башня беспроводного телеграфа компании «Де Форест», которая позволяла посылать сообщения из Сент-Луиса..., конечно же, в Чикаго!



Всего к выставке было построено 1500 зданий, соединённых дорожками общей длиной 120 км. Выставку посетили 20 млн человек.



Отдельный Павильон машиностроения вмещал настоящую электростанцию, снабжавшую всю выставку электроэнергией. Это был экспонат фирмы «Дженерал электрик».

Дворец шахт и металлургии показывал образцы полезных ископаемых, руды и различной продукции, сделанной на их основе. Особо смелые посетители могли совершить экскурсию в почти настоящую шахту – искусно сделанный макет, где зрители получали представление о работе в шахте.

В соседнем Дворце искусств были выставлены предметы, скорее приятные глазу, нежели практичные, – различные декоративные изделия, расписная керамика, серебряные и золотые украшения. Крупнейшие коллекции для этого павильона прибыли из Германии и Японии.

здание Дворца транспорта имитировало железнодорожную станцию, там были выставлены как современные, так и старинные средства транспорта – моторные лодки, трамваи и, конечно же, автомобили.

Обойти всю выставку было нелегко, а осмыслить всё увиденное – и того труднее. Осмотр даже основных павильонов требовал как минимум недели. Уставшие посетители направлялись в зону развлечений «Пайк». Она протянулась вдоль северной границы выставочного городка примерно на 1,5 км. Вход был бесплатным, но за посещение аттракционов надо было заплатить. Поэтому многие просто слонялись по «Пайку» и издали пытались разглядеть, что происходит на основной территории – это создавало серьезную конкуренцию самой выставке, ведь посещаемость и доходы от продажи входных билетов вносили немалую лепту в финансовый успех мероприятия.



Луизианская покупка – приобретение Соединенными Штатами у Франции в 1803 г. огромной территории, равной примерно 2,1 млн кв. км, за 15 млн долл. за счет этого территория США увеличилась более чем вдвое. На отошедших в пользу США территориях в настоящее время располагаются штаты Арканзас, Айова, Миссури, Оклахома, Канзас, Небраска, частично Миннесота, Северная и Южная Дакота, Нью-Мексико, Монтана, Вайоминг, Техас, Колорадо, Луизиана. «Луизианская покупка» стала одной из важных вех в политической жизни третьего президента США Томаса Джефферсона. Он решился на сделку в связи с тем, что Франция и Испания препятствовали американцам в их торговле через порт Нового Орлеана. Луизиана получила свое название в честь короля Франции Людовика XIV (Louis XIV). Франция выдвинула претензии на эти территории в 1628 г., а первое французское поселение появилось здесь в 1699 г. в районе Билокси.



Организаторы выставки в Сент-Луисе поставили цель: во что бы то ни стало переплюнуть Чикаго с его Колумбовой экспозицией 1893 г.

В «Пайке» было чем развлечь публику. Например, искусственные Тирольские Альпы, представления различных индейских племен в их национальной одежде, экзотические танцовщицы. Огромной популярностью пользовался воссозданный уголок Каира с его старинными улицами. Впервые этот искусственный город был показан на универсальной выставке в Париже в 1889 г., и с тех пор аттракцион «Улицы Каира» стал неременным атрибутом всемирных выставок. Здесь воссоздавалась атмосфера арабских сказок, перед восхищенными зрителями вставали образы традиционной, не испорченной современностью, восточной культуры. зрители ломались на представление «Танец принцессы Раджа» – забавную интерпретацию танца живота, адаптированную к нравам пуританского викторианского общества.

Еще одним чрезвычайно популярным местом была резервация филиппинцев – ей отделили 190 тыс. кв. м и отделили от основной территории искусственным водоемом, названным «Озеро наконечника стрелы». Здесь были представлены различные национальные культуры туземцев, населявших Филиппинские острова, совсем недавно, в 1898 г., попавших под протекторат США в результате Испано-американской войны. Целью этой экспозиции было познакомить американцев с их недавним приобретением и вызвать обще-

Из прошлого

ственную поддержку политике США по колонизации других территорий.

Многие посетители пользовались возможностью дать отдых натруженным ногам и окинуть взглядом всю величественную картину ЭКСПО с высоты огромного обзорного колеса. Эту новинку впервые опробовали на Чикагской экспозиции, и сент-луисцы не хотели отставать. Чикагцы, впрочем, дивясь необычному сооружению, не очень-то охотно поднимались на небывалую высоту – они опасались за безопасность аттракциона. Жители Сент-Луиса оказались посмелее – они с удовольствием катались на колесе и даже арендовали его целиком для свадеб и прочих торжественных мероприятий.

После закрытия выставки колесо разобрали и продали на металлолом. Однако и сто лет спустя энтузиасты прочесывают Форест Парк в поисках уцелевших обломков и частей некогда столь любимого жителями города объекта. Иногда кое-что находят.

От выставки 1904 г. до наших дней дошло достаточно много объектов. Так, художественный музей Сент-Луиса, расположившийся в здании Павильона изящных искусств, до сих пор живописно красуется на холме искусств. Все эти сто с лишним лет финансирование музея осуществляется из специального налога, введенного в Сент-Луисе в 1907 г. Это означает, что после выставки город признал культуру и искусство важным общественным ресурсом. Также в одном из бывших павильонов ныне располагается исторический музей Сент-Луиса.

Выставка закрылась 1 декабря 1904 г. Ее посетило 20 млн человек. По общему мнению, она прошла чрезвычайно успешно, в том числе и в финансовом отношении. Доход пошел на сооружение мемориала Томаса Джефферсона в Форест Парке. Благодаря вы-



В рамках выставки в Сент-Луисе были проведены первые на американском континенте летние Олимпийские игры.



ставке были сделаны серьезные улучшения в городской инфраструктуре.

Всемирная выставка в Сент-Луисе, возможно, единственная, воспоминания о которой хранятся не только в архивах историков или в музеях, но и в народной памяти. Многие жители города считают, что такие популярные продукты, как хот-дог, айс-ти и мороженое в рожках, были изобретены и получили широкое распространение именно на ярмарке в Сент-Луисе (по поводу хот-догов у историков иное мнение).

Это веселое и важное для города событие нашло отражение и в произведениях искусства. знаменитый мюзикл Винсента Миннелли «Встреть меня в Сент-Луисе» воскрешает атмосферу и события накануне этого праздника. В городе до сих пор в ходу неформальное приветствие «Увидимся на ярмарке» – прямой отсыл к словам песенки, которую исполняет молодая Джуди Гарланд. В городе существует несколько групп и обществ любителей и коллекционеров артефактов ЭКСПО–1904. Короче, граждане Сент-Луиса приняли свою выставку гораздо ближе к сердцу и полюбили ее гораздо горячее, чем жители любого другого города, где проходили подобные события. Возможно, такое отношение горожан к своей выставке объясняется еще и тем, что за прошедший век сам город растерял свое значение в качестве экономического и культурного центра Среднего запада, одного из крупнейших городов США. Сегодня это далеко не самый большой и не самый важный город Америки. Но ему есть чем гордиться – у него была своя Выставка.



сент-Луис – город в США, в шт. Миссури. Назван французскими колонистами в честь короля Людовика IX. Население – 350 тыс. человек. В годы, предшествовавшие выставке, считался центром политической коррупции и рабочих волнений. Одной из целей ЭКСПО–1904 было улучшение образа и репутации города.

Ирина ск ИБИн ск АЯ

Участие в выставке -
залог вашего успеха!

X Международная
туристская выставка

ИНТУРМАРКЕТ

2015

14-17 марта

Москва, МВЦ «Крокус Экспо»

- Официальная государственная поддержка
- 1450 участников из более 140 стран и регионов мира
- 80 000 посетителей
- Насыщенная деловая программа
- Выставочная площадка № 1 в России
- Онлайн - регистрация

Специализированная
программа
деловых мероприятий
Hosted Buyers
(Профессиональный
покупатель)



ОФИЦИАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА:



Правительство
Российской
Федерации



Министерство
культуры
Российской
Федерации



Федеральное
агентство
по туризму



Комитет по туризму
и гостиничному
хозяйству г. Москвы



UNWTO OMT ЮНВТО



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:



ОРГАНИЗАТОР
ВЫСТАВКИ:

экспотур

www.itmexpo.ru

НАЛОГИ ВЫШЕ

Российский союз промышленников и предпринимателей опубликовал заявление о недопустимости увеличения фискальной нагрузки на бизнес. Это было сделано в ответ на то, что в Государственную Думу РФ внесены некоторые инициативы по увеличению нагрузки на бизнес с начала следующего года.

Российскую налоговую систему продолжает лихорадить. Несмотря на то, что в недавно утвержденных бюджетных документах на 2015–2017 гг. не рассматривается возможность введения в стране в ближайшее время налога с продаж, такой вариант, тем не менее, пока не отвергнут окончательно.

Экономическое развитие государств в XX в. однозначно свидетельствует о том, что более высокие темпы роста ВВП демонстрировали страны с низким уровнем налогообложения. Примером тому может служить быстрый подъем ОАЭ, Гонконга, Южной Кореи, Сингапура, Тайваня и ряда других стран. Эти государства в рейтингах налоговой нагрузки, публикуемых журналом Forbes, находятся, как правило, в нижней части таблицы, в отличие от европейских стран, занимающих в ней верхние строчки.

Более быстрый экономический рост стран с низкой налоговой нагрузкой подтверждают и цифры. Так, темп прироста ВВП в 1981–2000 гг. составлял в среднем в ОАЭ 4,5%, в Южной Корее – 7,5%, в Сингапуре и Тайване – 7,5%, в Малайзии – 6,5%, в то время как в Европе – около 2%.

Эта закономерность и различие в темпах прироста ВВП продолжают проявлять себя в не меньшей степени и в XXI в. Так, по некоторым прогнозам, темп прироста ВВП в 2015–2020 гг. в упомянутых странах с низким уровнем налогообложения ожидается в среднем на уровне 5–5,5%, в отличие от европейских государств, где он будет колебаться, как и ранее, в районе 2%.

Можно понять стремление российского правительства повысить доходность бюджета через рост налоговых поступлений. Но в условиях нашей экономической системы вряд ли самым эффективным методом является повышение или введение новых налогов. Более действенным способом является улучшение налогового администрирования.

По сообщению налоговой службы РФ, несмотря на низкие темпы экономического роста, поступления в консолидированный бюджет выросли за 8 месяцев 2014 г. на 14% (8,5 трлн руб.), в федеральный – на 18% (4,1 трлн руб.). При этом поступления от налога на прибыль увеличились на 21%, а НДС – на 19%. Почти треть общего прироста поступлений, по оценке налогового ведомства, было получено за счет улучше-



— РОСТ НИЖЕ

ния администрирования, то есть более эффективной работы налоговой службы.

Для сравнения можно рассмотреть возможный эффект от введения налога с продаж. Существование в России этого налога в 90-е годы и позднее показало, что он собирается плохо, и ущерб от него оказывается выше, чем сами доходы. Ожидаемое увеличение поступлений от его введения в настоящее время может составить, по оценкам экспертов, порядка 200–300 млрд руб., что существенно уступает росту поступлений от улучшения налогового администрирования.

Но самое главное – путь улучшения администрирования существующих налогов является не только значительно более действенным, но и, что очень важно, безопасным для экономики. Классики теории экономического роста всегда предостерегали от решений, приносящих легкий и быстрый эффект. Действительно, повышение НДС на несколько пунктов или введение налога с продаж могут обеспечить краткосрочный эффект в виде увеличения налоговых поступлений на следующий год и даже, может быть, два года. Но за пределами трех лет уже трудно предсказать последствия такого решения. В лучшем случае оно просто не приведет к экономическому росту, но наверняка вызовет рост цен и усиление инфляции. В худшем варианте это может привести к массовым банкротствам предприятий и обвалному сокращению производства, уходу хозяйствующих субъектов в теневой сектор и полной дезорганизации экономической жизни.

Рассматриваемое в Госдуме повышение налоговой нагрузки на бизнес нельзя объяснить логически, ведь основные макроэкономические показатели российской экономики вполне удовлетворительны: государственный долг находится на низком уровне, валютные накопления составляют значительную величину, бюджет до последнего времени сводился с профицитом, а запланированный дефицит в 2015 г. не имеет решающего значения. В этих обстоятельствах логичнее решать проблему ускорения развития экономики за счет повышения эффективности управленческих решений.

Есть еще один важный резерв повышения эффективности экономики, значимость которого существенно превышает возможный эффект от введения

НДС в некоторых странах, %

ЕС	16-25
Гонконг	5
Тайвань	5
Таиланд	7
Сингапур	7
Южн. Корея	10

Источник:
Pocket World in Figures,
The Economist, 2014.

Высокие темпы
роста ВВП
демонстрируют
страны с низким
уровнем
налогообложения.
Улучшение
администри-
рования
существующих
налогов – более
действенный и
безопасный путь,
чем их повышение.

Как свидетельствует практика, ни в развитых, ни в развивающихся странах не применяются одновременно два налога – НДС и налог с продаж. Взимается один из этих двух налогов, который приносит в бюджет основной доход. Среди развитых стран налог с продаж существует только в США и Японии. Уровень налога в США варьируется в разных штатах от 2 до 11%. В Японии этот налог равен 5% и приносит в бюджет около 20% доходов.

дополнительных налогов. Имеется в виду сокращение и устранение избыточных административных барьеров, затрудняющих работу. Такими проблемами являются многочисленные согласования при реализации новых проектов, занимающая много времени многоступенчатая процедура принятия решений в государственных органах, существование неоправданных лицензионных ограничений, необоснованное вмешательство в работу бизнеса и т.п.

Эти соображения могут показаться банальными, но они объективны, и их невозможно не учитывать.

В настоящее время одной из главных задач российской экономики является повышение темпов роста. В таких условиях рассматривать вопрос о повышении налогов или введении новых сборов представляется не только нецелесообразным, но даже опасным для экономики страны. Это означает фактически крушение последних надежд на ускорение темпов роста.

Как сказано в упомянутом заявлении РСПП, только активизация политики по снижению нагрузки на бизнес и стимулированию его инвестиционной активности позволит создать условия для перехода экономики от стагнации к росту и успешно решать задачи повышения конкурентоспособности российских компаний.

Любые решения, касающиеся изменения действующего уровня налогообложения, требуют самой тщательной верификации, общественного обсуждения и анализа.

Борис СМЕРНОВ

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

«БиВ» продолжает публикацию отдельных глав из книги Кирилла СИМОНОВА «Современный экспобизнес. Условия предпринимательства и управленческие технологии», вышедшей в издательстве «ИНФРА-М» (Москва, 2014 г.).

ФОРМИРОВАНИЕ РАВНОВЕСНОЙ ЦЕНЫ

Возможны два принципиально разных подхода к выставочному ценообразованию: на основании себестоимости экспоуслуг или на основе спроса на участие в выставках. Как правило, экспобизнес работает по рыночным ценам, установленным в соответствии со спросом. В случае выставок, проводимых при бюджетном финансировании, прибегают к комбинации обоих подходов к ценообразованию – по себестоимости и рыночного. В России бюджетные средства выделяются на поддержку не более 3–5% выставок. Остальные мероприятия проводятся исключительно на рыночной основе.

Точно планировать рентабельность выставочного бизнеса трудно, ведь продолжительность инвестиционного периода выставочно-ярмарочной деятельности составляет шесть и более месяцев. Рентабельность деятельности иностранных выставочных организаций достигает 30%, российских – обычно не превышает 10%.

Традиции ценообразования на выставочные услуги в России ещё не вполне сложились, что во многом связано со сравнительно коротким периодом существования конкурентного выставочного рынка в стране. Выставочное ценообразование в России характеризуется многообразием приёмов и зачастую не имеет под собой последовательной ценовой политики, правильный выбор которой в значительной степени определяет конкурентоспособность экспоуслуг.

Ценообразование на выставочные услуги сильно подвержено влиянию конъюнктуры рынка. Так, например, в российских регионах уровень цен существенно ниже, чем в Москве.

Процедуру формирования цены на выставочные услуги можно условно разделить на следующие последовательные этапы:

- постановка задачи, исходя из принятой ценовой политики (обеспечить выживание или максимизацию, прибыли или стабилизацию доли на рынке);
- анализ спроса с целью определения верхней границы цены;
- расчёт издержек производства с целью определения нижней границы цены;
- выбор метода ценообразования;
- установление первоначальной цены предложения;
- определение окончательной базовой цены;



В ВЫСТАВОЧНОМ ДЕЛЕ

- корректировка цены в зависимости от стадии жизненного цикла выставки и степени воздействия других факторов.

Для принятия взвешенного решения по установлению цен на участие в выставке необходимо получить и проанализировать целый ряд важных для рынка характеристик:

- требования экспонентов к выставочным услугам;
- особенности потребительских сегментов, которым адресованы экспоуслуги;
- степень новизны выставочных услуг;
- соотношение цен по сравниваемым аналогичным выставочным услугам;
- перспективы реализации выставочных площадей и услуг;
- потенциальные возможности удовлетворить запросы экспонентов;
- ожидаемая конъюнктура на ближайшее время;
- потребность в модернизации выставочных услуг;
- прогноз восприятия цен экспонентами.

При ценообразовании необходимо учитывать состояние конкуренции на рынке выставочных услуг и политику государства в отношении поддержки выставочно-ярмарочной деятельности, а именно:

- услуги-конкуренты, присутствующие на рынке;
- долю выставочного рынка, которую контролируют конкуренты;
- финансовое положение конкурентов;
- предполагаемые действия конкурентов в случае значительных изменений условий на рынке;
- возможности для изменения цен на выставочные услуги;
- государственное регулирование рынка выставочных услуг;
- наличие правительственных заказов, субсидий и дотаций.

Методы ценообразования на выставочном рынке и их применимость в выставочном деле

Имеется довольно значительный арсенал методов ценообразования, применяемых в выставочном деле.

Ценообразование на основе издержек или метод надбавок (средние затраты плюс фиксированная прибыль). Начисление стандартной наценки на себестоимость выставочных услуг, широко распространённое в выставочном деле, сводится к установлению цен, позволяющих получать запланированную прибыль. Процедура образования цены в этом случае та-

кова: рассчитываются переменные издержки, к ним добавляются разумная доля соответствующих фиксированных затрат и установленная надбавка, плюс к тому учитываются налоги, возможные риски и различного рода взносы, и всё это закладывается в цену, приняв во внимание прогнозы по объёму продаж выставочных услуг.

По основным экспоуслугам средняя маржа находится в пределах 15–20%. По услугам, которые экспонент может получить исключительно от организатора (например, рекламная страница в официальном каталоге выставки), маржа доходит до 70%.

Такой подход к формированию цены не учитывает ни уровень спроса на выставочные услуги, ни влияние конкурентного рынка, в условиях которого потребители не интересуются затратами на производство выставочных услуг, и они не станут оплачивать завышенные цены, обусловленные высокими издержками выставочной организации. По своей сути метод надбавок является «затратным», поскольку основан на расчёте стоимости экспоуслуг, исходя из затрат на их производство и оказание. К тому же указанный метод ценообразования даёт неоптимальные результаты по критерию максимизации прибыли экспобизнеса.

Определение цены, ориентированной на экспонента, то есть ценообразование на основе воспринимаемой потребителем ценности. В этом случае основным критерием при назначении цены является интегральная полезность выставки, то есть комплекс выгод, приносимых ею экспонентам. Следуя этому методу, необходимо проанализировать возможные выгоды экспонентов от участия в выставке, оценить затраты на потребление выставочных услуг и определить соотношение «затраты/выгоды».

Метод «в соответствии со спросом» требует определения зависимости спроса на выставочные услуги от их стоимости. Кроме того, необходим учёт конкурентной среды.

Экспертный метод подразумевает обобщённую оценку экспомероприятия специалистами, когда каждому параметру, характеризующему полезность выставочных услуг, ими присваивается некоторое количество баллов, суммирование которых с учётом весовых коэффициентов (они также определяются экспертно) позволяет оценить выставку. Экспертный метод не всегда применим по причине отсутствия достаточного числа специалистов, которые могли бы компетентно судить сразу о нескольких выставках.

Премиальное ценообразование применимо, когда в стоимость участия в выставке может быть включена

Ценообразование на выставочные услуги сильно зависит от конъюнктуры рынка. Так, в российских регионах уровень цен существенно ниже, чем в Москве.

Для принятия взвешенного решения по установлению цен необходимо получить и проанализировать целый ряд важных для рынка характеристик.

Выставочное ценообразование в России характеризуется многообразием приёмов и зачастую не имеет под собой последовательной ценовой политики.

ценовая премия, которую готовы оплачивать экспоненты вследствие имеющихся у них представлений об уникальной полезности данной выставки по сравнению с предложениями конкурентов.

Метод потребительской оценки, предполагающий опрос экспонентов о результатах работы на выставке, имеет существенную погрешность, поскольку подаваемые экспонентами сведения нельзя считать полностью достоверными, так как далеко не всегда бывает понятно, какие прибыли соотнести с работой на выставке, а какие с другими формами маркетинга. Кроме того, участвуя в нескольких выставках, экспоненты располагают только обобщёнными результатами.

Анализ безубыточности и ценообразование по целевой прибыли позволяет определить цену, при которой достигается баланс доходов и расходов. Этот подход основан на построении графика безубыточности.

Установление цены на выставочные услуги с учётом ценовой политики конкурентов. Выставочная организация может устанавливать цену более высокую, чем цены конкурентов, если она в состоянии убедительно доказать клиентам преимущества своего экспонирования.

Метод текущей цены заключается в следовании за текущими ценами и отражает «коллективную мудрость» участников рынка относительно той цены на выставочные услуги, которая обеспечивает нормальный доход.

Метод следования за лидером предлагает руководствоваться ценами конкурентов, отводя учёту собственных издержек и рыночного спроса подчинённую роль. Если выставочной организации сложно спрогнозировать свои затраты и реакцию экспонента, то разумно ориентироваться на конкурентного лидера и, сообразуясь с реальной ситуацией, устанавливать равные, повышенные или пониженные цены по отношению к его ценам.

Параметрический метод может быть полезен как для уточнения стоимости стабильно работающих экспонирования, так и для ценообразования при запуске новых выставочных проектов. Применение этого метода возможно только в тех случаях, когда есть аналогичные тематически близкие выставки, которые могут быть сгруппированы по основным признакам, определяющим цену.

Метод подбора заключается в эмпирическом определении точки равновесия цена/спрос. Сначала устанавливают расценки для клиентов, ориентируясь на результаты маркетинговых исследований рынка выставочных услуг и смету затрат. Затем, если затраты не укладываются в бюджет выставки, проводят корректировку цены.

В выставочном деле выбор метода ценообразования нетривиален. Желательно овладеть несколькими методами, чтобы делать прикидки, которые помогут правильно позиционироваться в ценовой обстановке на экспонировке.



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

Преимущества для наших корпоративных клиентов:

- Возможность безналичного расчета
- Оформление пакета необходимых документов
- Постоянно в наличии более 50 000 товаров
- Индивидуальный подход и обслуживание
- Доставка в офис или на объект
- Заказ по телефону +7 (495) 727 11 33

Теперь многое можно заказать онлайн в интернет-магазине

Более 23 000 товаров

МЕБЕЛЬ ТЕКСТИЛЬ ПОСУДА
ПРЕДМЕТЫ ИНТЕРЬЕРА
ТОВАРЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ СВЕТ
САНТЕХНИКА ГАСТРОНОМ
РЕМОНТ САД ОРАНЖЕРЕЯ
ИНСТРУМЕНТЫ И ТЕХНИКА



www.tvoydom.ru

Реклама
ЗАО «КРОКУС», ОГРН 1027700257023,
Юридический адрес: 143402, г. Красногорск,
ул. Международная, д.18

Скоро
открытие
2-х новых
магазинов

**ТВОЙ
ДОМ**
всё лучшее в нём



ТК «ТВОЙ ДОМ», 66 км МКАД
(пересечение Волоколамского шоссе и МКАД)

ТК «ТВОЙ ДОМ», 24 км МКАД
(пересечение Каширского шоссе и МКАД)

«ТВОЙ ДОМ ЭКСПРЕСС», Минское шоссе
Одинцовский район, ул. Амбулаторная, дом 49а, 50

Преимущества для наших покупателей:

- Наш гастроном — оптимальное сочетание цены и качества
- Широкий ассортимент товаров для дома и сада
- Кредит на ремонт и другие задачи с быстрым одобрением
- Просторная крытая парковка и бесплатный автобус от метро
- Доставка товаров домой и на дачу
- Уютные кафе и ресторанный дворик
- Услуги пассажирского такси
- Консультации вежливых специалистов

Новости экономики

Работа ВТО на РаиЗова На

Об этом заявил генеральный директор Всемирной торговой организации Роберто Азаведо. «Сегодня я больше не пытаюсь предупредить вас о том, что мы можем оказаться в потенциально опасной ситуации, я хочу сказать, что мы в ней находимся прямо сейчас», – цитирует его газета «Ведомости». Азаведо назвал тупик «возможно, самой серьезной ситуацией» за всю историю ВТО. Речь идет о разногласиях членов организации по поводу вступления в силу 10 соглашений, подписанных в 2013 г. на о. Бали об упрощении торговых процедур с целью ускорить прохождение таможи для экспортеров и импортеров и снизить их затраты на оформление грузов. Чтобы выйти из тупика, США и другие члены ВТО начали обсуждать отдельное многостороннее соглашение по упрощению торговых процедур в системе ВТО, для которого бы не потребовалось одобрение всех 159 членов организации,

Статистика удручает

Согласно данным Росстата, розничные продажи продовольственных товаров в РФ сокращаются с мая 2014 г. В итоге нулевой рост во II квартале сменился спадом на 0,4% в третьем, в том числе в сентябре падение ускорилось до 0,5% с 0,2% в августе. Спад обусловлен ускорением роста розничных цен на продукты, к сентябрю ставшим почти двукратным к уровню прошлого года (11,4% против 6,3% в сентябре 2013 г.), и, как следствие, сокращением их потребления низкодоходными группами населения. За три квартала общий товарооборот розницы увеличился на 2,3%, замедлившись в сравнении с январем–сентябрем 2013 г. более чем в 1,5 раза. Самой большой неприятностью стало падение реальных зарплат. В сентябре 2014 г. реальные зарплаты сократились на 1% к сентябрю 2013 г., при этом Росстат существенно пересмотрел показатель за август: вместо роста на 1,4% – спад на 1,2%.

Мировая экономика тормозит

Международный валютный фонд (МВФ) снизил прогнозы роста мировой экономики на 2014 и 2015 гг. В 2014 г. рост мировой экономики ожидается на уровне 3,3%, что на 0,4% ниже, чем фонд прогнозировал в апреле. Об этом сообщает портал ereport.ru. Ускорение роста до 3,8%, по прогнозам, произойдет в 2015 г. (ранее прогнозировалось 3,9%). МВФ подчеркнул, что его прогнозы вновь могут оказаться слишком оптимистичными.

Китай продолжает расти

В 2013 г. на долю экономики Китая пришлось примерно 12,3% объема мировой экономики. Таковы данные Национального бюро статистики КНР, на которые ссылается портал ereport.ru. ВВП Китая составил 9,3 трлн долл. в 2013 г., а ВВП на душу населения – 6864 долл. С 1953 по 2013 г. ВВП Китая вырос в 122 раза в сопоставимых ценах, со среднегодовыми темпами роста 8,2%. Наиболее быстрыми темпами рос сектор услуг. В 1952 г. сельское хозяйство занимало около 51% от общего объема экономики, на сектор услуг приходилось примерно 28%, на промышленность – 21%. В 2013 г. сектор услуг впервые занял наибольшую долю в экономике – 46%.

Доходы обложат

В России предложили ввести налогообложение доходов россиян, которые они получают за рубежом. Такие меры содержатся в докладе «Стратегия России по защите финансового сектора от западных санкций», который подготовили в Академии народного хозяйства и госслужбы при Президенте РФ. Об этом пишет агентство РБК со ссылкой на газету «Известия». Авторы предложили обложить все доходы, которые россияне получают за рубежом, включая дивиденды, процентные доходы, доходы от реализации акций или недвижимости. По действующим сейчас законам проживающие за рубежом более полугода россияне не являются налоговыми резидентами России.

По материалам сайта www.ereport.ru

Курсы валют



Динамика цен



Прогноз темпа роста ВВП в некоторых странах в 2014–2015 гг. (в %)

	2014	2015
Мировая экономика	3,3	3,8
США	2,2	3,1
Еврозона	0,8	1,3
Китай	7,4	7,1
Индия	5,0	5,6
Бразилия	0,3	1,4
ЮАР	1,4	2,3
Россия	0,2	0,5

Источник: Международный валютный фонд.

U-BOAT

ITALO FONTANA



CHIMERA 46 SIDEVIEW
LIMITED EDITION

КРОКУС СИТИ МОЛЛ 65-66 км МКАД
Тел.: +7 495 727 25 49

ЛОТТЕ ПЛАЗА Новинский бульвар, д. 8
Тел.: +7 495 787 11 15

ЦУМ Петровка, д. 2
Тел.: +7 495 933 73 00

г. Баку, проспект Нефтяников, д. 63А
Тел.: +9 9412 493 53 77



UBOAT_RUSSIA



UBOATRUSIA

WWW.UBOATWATCH.IT

НОВОСТИ А

Китайская живопись на аукционах Christie's и Sotheby's



Ли Мань Фон. «Жизнь на Бали»

1974 г., 33,7 млн гонконгских долл. (первоначальная стоимость не определена). Аукцион Sotheby's, Гонконг.

Ли Мань Фон родился в китайской провинции Гуанчжоу, но еще подростком переехал с отцом в Сингапур, а оттуда – в Индонезию. Романтический стиль Ли Мань Фона особенно ценил президент Индонезии Ахмед Сукарно, с которым художника связывали дружеские отношения. За это полотно неизвестный коллекционер из Азии выложил более 3 млн долл. – рекордную сумму за произведение современного искусства из Юго-Восточной Азии. Сами торги были очень жаркими и начались с суммы в шесть раз меньшей.



Чжоу Чунья. «Цветущие персики: диптих»

2011 г., 6 млн гонконгских долл. (первоначальная оценка – 5–6 млн гонконгских долл.). Аукцион Sotheby's, Гонконг.

По версии ежегодного рейтинга художников, который составляется в Пекине, Чжоу Чунья стал самым дорогим и хорошо продаваемым китайским художником в 2012 г. За последние десять лет Чжоу Чунья создал серию произведений под общим названием «Цветы персика». Цветы являются традиционной темой китайской живописи, сад всегда был местом уединения китайских литераторов и художников. Идея серии картин «Цветы персика» возникла в окрестностях Чэнду, когда Чжоу Чунья заинтересовался темой одиночества и «мягкости».



Лю Е. «Без названия»

2005 г., 3,2 млн гонконгских долл. (первоначальная оценка – 1,8–2,4 млн гонконгских долл.). Аукцион Christie's, Гонконг.

Современный художник Лю Е приобрел известность, изображая мультяшных персонажей и детей. Его творчество хорошо иллюстрирует парадокс современной китайской культуры, когда детскость и инфантильность служат языком выражения состояния общества, желание большинства китайцев спрятаться от трудностей и монотонности жизни.

УКЦИОНОВ



Фан Лицзюнь. «Серия 2 № 4»

1992 г., 59,5 млн гонконгских долл. (первоначальная оценка – 25–35 млн гонконгских долл.). Аукцион Sotheby's, Гонконг.

Китайский художник Фан Лицзюнь приобрел известность в 90-е годы, когда наряду с модернистскими художниками (Лю Сяодун, Цзэн Фаньчжи, Чжан Сяоган и другими) вошел в арт-группу нового поколения. В отличие от героических и идеалистических настроений художников 80-х, в 90-е годы искусство в Китае приобрело характер циничного реализма. Молодые художники сознательно отказались вкладывать глубокий смысл в свои работы, совершив так называемый переход из «глубины» к «поверхности».



Цзэн Фаньчжи. «Маски серия № 4»

1997 г., 32,6 млн гонконгских долл. (первоначальная оценка – 25–30 млн гонконгских долл.). Аукцион Sotheby's, Гонконг.

Это картина из известной серии художника «Маски». Яркие краски, дикий взгляд испуганных глаз, широкие мазки кистью, напряжённость съёжившихся тел – легко узнаваемый стиль мастера. Кажется, что герои дезориентированы, подавлены и не понимают своего места в этом мире. Картины художника демонстрируют идею разрыва между духовностью личности и безжалостной реальностью Китая 90-х годов, вынужденного переходить от социалистических идей Мао к современному капитализму.



Чжан Сяоган. «Амнезия и серия памяти: 2000 № 1»

2001 г., 7,2 млн гонконгских долл. (первоначальная оценка – 4–6 млн гонконгских долл.). Аукцион Sotheby's, Гонконг.

Чжан Сяоган является признанным художником направления китайского соц-арта. Особенно популярна его уникальная серия под общим названием «Большая семья». В картинах этой серии хорошо заметен стиль художника – «ложный портрет». Используя технику размытых краёв и блестящих глаз, изображая своих героев похожими друг на друга, художник намекает на коллективный характер китайской семьи и культуры, где все люди должны быть одинаковыми.



Чжао Уцзи. «Начало октября»

1955 г., 59,5 млн гонконгских долл. (первоначальная оценка – 25–35 млн гонконгских долл.). Аукцион Sotheby's, Гонконг.

Известный мастер лирической абстрактной живописи Чжао Уцзи большую часть жизни провел во Франции. Эта картина написана в середине 50-х годов, когда на творчество художника оказали большое влияние работы Пауля Клее. Чжао Уцзи включает в свои полотна процарапанные минималистские формы, символические знаки и древнекитайские пиктограммы.

Цзэн Фаньчжи. «Без названия № 4»

1999–2000 гг., 5,8 млн гонконгских долл. (первоначальная оценка – 4–6 млн гонконгских долл.). Аукцион Sotheby's, Гонконг.

После 1997 г. стиль современного китайского художника Цзэн Фаньчжи изменился. На смену беспокойной серии «Маски» приходит более расслабленная и менее карикатурная форма. Хотя краски остаются очень яркими и резкими. На этом портрете хорошо видна любимая техника художника. Он переворачивал и встряхивал только что нарисованную картину, чтобы возникли подтеки краски, добавляющие экспрессию.



Линь Фэнмянь. Серия «Персонажи китайской оперы – Мадам белая змея»

1959–1969 гг., 9 млн гонконгских долл. (первоначальная оценка – 8–12 млн гонконгских долл.). Аукцион Sotheby's, Гонконг.

Линь Фэнмянь был одним из основателей Китайской академии искусств в 1928 г. Художник придерживался традиционной техники китайской живописи гошуа, которую он соединил с европейскими техниками постимпрессионистов, поэтому большинство его поздних работ были уничтожены во время Культурной революции как «буржуазные». «Легенда о белой змее» – одна из известнейших китайских сказок, которая неоднократно становилась основой спектаклей китайской оперы. Ее главная героиня – Мадам белая змея. Дух, который превращается в девушку, чтобы выйти замуж за любимого.

Лю Сяодун. «Нарушение правил»

1996 г., 66,2 млн гонконгских долл. (первоначальная стоимость не определена). Аукцион Sotheby's, Гонконг.

Лю Сяодун завоевал славу одного из лучших китайских мастеров в области фигуративной живописи в жанре обнаженной натуры и портрета. Художника трудно назвать реалистом. Он рисует людей не такими, какие они есть, а какими они могли бы быть. Чаще всего, как на этой картине, в фокус его внимания попадают простые люди: разнорабочие, крестьяне, маргиналы – вопреки художественной политике китайских властей, которые хотели бы видеть на картинах ударников труда или идеологических лидеров.





www.SOKOLNIKI.com

Конгрессно-выставочный центр



Больше, чем просто выставки

МОСКВА

8 (495) 993-05-95 • www.sokolniki.com



Немецкий бизнес не справился с задачей

«Хандельсблатт», Германия

Последние годы в Германии в политических дебатах о влиянии экономики на политику преобладал тезис, что деловые круги слишком активно продвигают собственные интересы с помощью отраслевых объединений. Эти утверждения были небесспорны. Так, канцлер «красно-зеленой» коалиции Герхард Шрёдер в 2004 и 2005 гг. под давлением со стороны автопромышленников постоянно затягивал введение требования по обязательному оснащению дизельных автомобилей сажевыми фильтрами с целью очистки токсичных выхлопных газов.

Затем имело место так называемое дело хоззаяв отелей: вскоре после того, как «черно-желтая» коалиция снизила налоги для тех, кто занят в данной отрасли, СвДП получила крупное пожертвование от представителей именно этой отрасли. Наконец, осенью прошлого года пожертвование получил уже ХДС – после того, как федеральное правительство отложило вступление в силу решения об ужесточении норм токсичности выхлопных газов на территории ЕС. После всех этих инцидентов в общественном сознании бытует представление о тесных связях между промышленниками и политиками и о продажности последних.

Этот взгляд, однако, не совсем правилен, и кризис на Украине подтверждает это. Потому что если бы утверждение, что экономика управляет политикой, было верным, то в нынешней ситуации это означало бы, что экономические объединения, и прежде всего Федеральный союз немецкой промышленности, потерпели поражение. Потому что реальное развитие событий является прямой противоположностью тому, что принято считать силой влияния.

Главным доказательством тому являются действия упомянутого выше Союза немецкой

промышленности. Когда дискуссия о возможных санкциях против России только началась, он без особой нужды вдруг заявил, что немецкая экономика признает главенствующую роль политики.

Это заявление Союза немецкой промышленности говорит лишь о том, что он не справился со своими обязанностями. Чтобы замаскировать эту неудачу, его представители и заговорили о «приоритете политики». Это было самым простым, что можно было сказать, чтобы не признавать собственных ошибок.

Кстати, неправильно было бы говорить, что все без исключения страны ЕС хотели ужесточения антироссийских санкций, которые поддержала Германия. К примеру, Финляндия и Швеция выступали против них.

Это говорит о том, что давлению со стороны США (а санкции против России и есть результат этого давления) можно было бы противостоять. Однако Германия «прогнулась», хотя и политики, и деловые круги прекрасно понимали, что санкции нанесут стране огромный ущерб.

Понятно, что Россия имеет для немецкой промышленности не такое большое значение, как США. В то же время нельзя забывать, что главный торговый партнер Германии – это ЕС и, в частности, Франция. Иначе говоря, даже если США являются для нас важным торговым партнером, мы не должны были уступать давлению этого партнера. Ведь США, вводя санкции против России, стремятся ослабить и экономику Европы. Поэтому США и провоцировали на протяжении уже нескольких лет эскалацию напряженности вокруг Украины – они просто не хотели, чтобы в Европе появилась новая мощная экономика, которая действовала бы заодно с Россией.

Немецкой экономике можно только посочувствовать в связи с тем, что ее ведущие пред-

Германия вполне могла бы избежать опасной «санкционной спирали», вызванной украинским кризисом. Для этого экономические объединения должны были активнее защищать интересы немецких предприятий в дискуссии с политиками.

Санкции, которые легко снять

«Уолл-стрит джорнал», США

Так называемые умные санкции против России, как кажется, позволят западному бизнесу быстро вернуться в эту страну, если Москва сменит курс, заявил журналу Risk&Compliance Хосе Фернандес, бывший помощник госсекретаря США, ответственный за экономику, энергетику и бизнес.

«Произошла эволюция мышления в вопросе санкций», – заявил Фернандес, который до прошлого года участвовал в формировании американской санкционной политики.

Использование мер против такой нишевой деятельности конкретных компаний, как возможность «Роснефти» бурить в Арктике, вместо общих мер против всей российской экономики позволит западным компаниям быстро вернуться, когда кризис закончится, заявил Фернандес. Возможность возвращения американского бизнеса дает правительствам стимул к продвижению реформ, в то время как западные компании могут стать положительным примером прозрачности. С другой стороны, неспособность быстро сгладить эффект санкций после того, как они достигли своей цели, может снизить авторитет США за столом переговоров. «В вопросе санкций мы поняли, что нужно помнить о том дне, когда они будут сняты», – отметил Фернандес.

К примеру, даже после того, как ливийский диктатор Муаммар Каддафи был убит в 2011 г., снять ограничения на ведение бизнеса со страной оказалось «сложнее, чем ожидалось, из-за узла переплетенных друг с другом санкций», отметил он.

Всеобъемлющие санкции против Мьянмы были сняты в 2012 г. Однако трудности в доступе к западной финансовой системе изнутри страны, а также все еще существующий «черный список» США, который включает в себя значительные доли экономики Мьянмы, отпугивают многих потенциальных инвесторов.

По словам Фернандеса, американские чиновники извлекли уроки из этих примеров и в случае украинского конфликта ввели такие санкции, которые позволят Западу быстро поощрить возобновлением бизнеса сотрудничество со стороны России. «Нужно, чтобы это было сделано быстро», – отметил он. ■

ставители не могут договориться между собой и занимаются поиском новых платформ. Имеется в виду встреча немецких и международных топ-менеджеров в Швейцарии, которую организовал основатель Давосского экономического форума Клаус Шваб. Профессор Шваб понял, что политика ужесточения санкций и дальнейшего провоцирования русских, проводимая американцами, неправильна и губительна для Европы. Если уж дело дошло до того, что организатор Всемирного экономического форума пригласил представителей немецких (и международных) деловых кругов к себе домой, чтобы предложить им новую платформу для поисков выхода из сложившейся ситуации, то, видимо, ситуация эта действительно крайне печальна. Федеральному союзу немецкой промышленности вместе с отраслевыми объединениями и федеральным правительством стоит, наконец, задуматься, не пора ли им пересмотреть свою позицию.

Федеральный союз промышленности и отраслевые объединения должны выполнить свою задачу. Она заключается в тщательной реализации мирного плана из десяти пунктов, который согласовали топ-менеджеры на встрече у профессора Шваба в отношении ситуации на Украине. Принципиально важным является пункт девятый, который гласит: «Скоординировать и наладить предметные связи и торговые договоренности Украины как с Европейским союзом, так и с Россией, и, возможно, позже, с Евразийским экономическим сообществом...» Федеральному союзу немецкой промышленности и правительству не нужно бояться «потерять лицо», отступая от своей нынешней позиции. Ведь если человек понимает, что в прошлом допустил ошибку, ему нужно отказаться от старого решения. И тогда его новое решение, принятое в процессе развития ситуации, окажется правильным. ■

Американские чиновники извлекли уроки из опыта введения санкций против других стран. Важно помнить, что наступит день, когда санкции будут отменены, и предоставить возможность западному бизнесу быстро вернуться в страну после того, как их причина будет устранена.

Казахстан и ЕС: новая глава

«Уолл-стрит джорнал», США

Казахстан граничит с Россией и Китаем, но ЕС – это наш крупнейший торговый партнер. Более половины от общего объема торговли Казахстана сегодня приходится на долю Евросоюза. В прошлом году он составил примерно 53,4 млрд долл., а в первой половине 2014 г. – 28,4 млрд.

Более половины из общего объема прямых иностранных инвестиций, или почти 100 млрд долл., мы получаем из стран ЕС. А казахские компании все чаще инвестируют средства в Европе. Например, в 2007 г. «КазМунайГаз» приобрел контрольный пакет акций румынской нефтеперерабатывающей компании Rompetrol, капитализация которой составляет 2,7 млрд долл., и продолжает вкладывать средства в ее развитие.

Новые трансконтинентальные транспортные маршруты также создадут мощный стимул для нашего сотрудничества. Среди них транспортный коридор «Западная Европа – Западный Китай», который пройдет через Казахстан и может сократить время доставки грузов между Европой и Китаем наполовину по сравнению с морскими перевозками. Казахстан участвует в создании транспортного коридора ЕС «Европа – Кавказ – Центральная Азия», служащий тем же целям.

Общественные и культурные связи Казахстана и ЕС также крепнут и расширяются, особенно в сфере образования. В 2010 г. Казахстан одним из первых на постсоветском пространстве подключился к Болонскому процессу.

Расширенное соглашение поможет укрепить уже существующие связи и создать новые. Обновленный раздел «О торговле и инвестициях» приведет соглашение в соответствие с планами Казахстана по вступлению в ВТО, а также с нашим членством в Евразийском экономическом союзе, который начнет действовать 1 января.

Энергетическая сфера – это важная область сотрудничества между Казахстаном и Евро-

пой. Казахстан занимает третье место среди не входящих в ОПЕК стран по объемам поставок энергоресурсов в Евросоюз, следуя за Россией и Норвегией. В будущем сотрудничество в этой сфере будет развиваться, так как европейские компании участвуют в разработке Кашаганского нефтяного месторождения, являющегося самым крупным в Каспийском море.

Казахстан также диверсифицирует свою экономику и проводит новую экологическую политику. Мы поставили перед собой амбициозную цель – к 2050 г. получать 50% энергии из возобновляемых источников, в то время как сегодня этот показатель равен 1%. Чтобы узнать и проанализировать лучшие модели и решения в этой области, мы будем проводить выставку ЭКСПО–2017 на тему: «Энергия будущего». Надеемся увидеть среди главных участников этой выставки компании из Европы.

Новое соглашение о партнерстве не ограничивается рамками торговли, инвестиций и энергетики, охватывая 29 различных направлений. Сотрудничество по вопросам инноваций, науки, образования и конкурентоспособности занимает особенно важное место в нашей общей повестке.

В расширенном соглашении о партнерстве и сотрудничестве уделяется больше внимания общим угрозам безопасности. С 2013 г. Казахстан сотрудничает с Евросоюзом в рамках Диалога высокого уровня ЕС – Центральная Азия по вопросам безопасности, где особое место занимает стабильность в Афганистане. Казахстан продолжает оказывать помощь Афганистану в вопросах развития. Мы предоставили стипендии тысяче афганских студентов, которые с 2010 по 2019 г. будут получать в Казахстане гражданское образование. Мы также поддерживаем скоординированные международные усилия в этой стране.

В конечном итоге преодолеть глобальные проблемы мы можем только через диалог и сотрудничество, но не через усиление санкций,

В преддверии визита в Брюссель для завершения переговоров о новом, расширенном соглашении Казахстана с Евросоюзом о партнерстве и сотрудничестве, президент Казахстана Нурсултан Назарбаев выступил со статьей в газете «Уолл-стрит джорнал». Публикуем ее с небольшими сокращениями.



которые не сработают, но ослабят общий экономический рост. Таково наше послание Западу и России в нынешней ситуации применения взаимных санкций из-за Украины.

Мирная, стабильная, процветающая Украина, являющаяся добрым другом и партнером России и Европы, соответствует интересам всех, и не в последнюю очередь самих украинцев. Это достижимая цель, и мы готовы помочь превратить ее в реальность.

Расширенное соглашение о партнерстве и сотрудничестве – это не единственный инструмент для развития наших связей с Брюсселем. Казахстан в последнее время также укрепляет двусторонние отношения с несколькими странами-членами ЕС. За последние шесть лет мы подписали соглашения о стратегическом партнерстве с Францией, Испанией, Италией, Британией и Венгрией. В 2012 г. Казахстан заключил знаковое соглашение с Германией о разведке на своей территории месторождений редкоземельных металлов и прочих полезных ископаемых, а также ряд других важных договоров.

В настоящее время мы облегчаем визовый режим с европейскими странами, чтобы способствовать развитию обменов между нашими народами. В этом году мы ввели безвизовый режим для граждан Франции, Германии, Италии, Нидерландов, Британии и ряда неевропейских государств, включая США. Свободное перемещение людей очень важно для укрепления подлинного партнерства.

В прошлом году исполнилось 20 лет с момента установления дипломатических отношений между Казахстаном и ЕС. За это время наша страна стала важным партнером для Европы в Центральной Азии и за ее пределами. Подписание нового соглашения о партнерстве и сотрудничестве в Брюсселе откроет новую главу в отношениях Казахстана и ЕС.

Автор – Нурсултан Назарбаев, президент Казахстана.

sverigesradio

Россияне не едут в Швецию

Радио Швеции

Многолетняя тенденция постоянного роста числа туристов из России, похоже, приходит к концу. За первые 7 месяцев года туризм из России в Швецию снизился на 8%.

В 2013 г. российские туристы были на 10-м месте среди граждан других стран по числу ночевок в гостиницах и на турбазах Швеции. Снижение количества туристов из России стало заметно еще весной 2014 г., и оно продолжается.

Отмена авиарейсов, снижение курса рубля и банкротства туроператоров мешают россиянам посещать Европу. По официальным российским данным, общее число туристов из России в Европу снизилось за лето на 30%. В шведской статистике такого резкого падения пока не замечено. В июле было отмечено сокращение российского туризма на 1% по сравнению с июлем прошлого года.

В Швеции туристы из России обычно тратили 1278 крон в день (данные 2013 г.). Больше россиян в Швеции тратят только норвежцы. Чаще всего российские туристы приезжают семьями, с детьми, поэтому их интересует отпуск в крупных городах, по данным Visit Sweden. Например, в стокгольмском музее Астрид Линдгрен «Юнибакен» российские туристы обычно составляют 10–12% от всех посетителей ежегодно.

Другая привлекательная для русских туристов цель приезда в Швецию – это лыжный отпуск зимой. Фаворитом является лыжный курорт Оре.

Что касается шведской дороговизны, то газета деловых кругов Швеции Dagens Industri, опубликовавшая этот материал, приводит мнение двух молодых людей – Максима Бондаренко и Николая Киселева, – которые понимают, почему их соотечественники больше не выбирают Швецию: «С падением курса рубля это становится крайне дорого. Мы поселились в маленькой комнате отеля далеко от центра города, заплатив столько же, сколько стоит снять четырехкомнатную квартиру в центре Москвы», – цитирует их слова Dagens Industri. ■

Отмена авиарейсов, снижение курса рубля и банкротства туроператоров стали причиной сокращения поездок россиян в Европу. В Швеции дополнительным фактором снижения туризма является дороговизна.

Какие цели преследует Россия в Латинской Америке?

«Насьональ», Венесуэла

Россия начала переговоры с дипломатами ряда латиноамериканских стран о замещении тех продуктов, которые она запретила закупать в Евросоюзе, США и других государствах, в частности Австралии, Канаде и Норвегии, а именно: мясо, мясо-молочные продукты, фрукты, овощи и свежую рыбу. Именно они и являются одними из основных статей латиноамериканского экспорта.

Однако поспешность, с которой ряд латиноамериканских правительств изъявили готовность развивать торговые отношения с Россией, совсем не пришлась по душе Брюсселю. Еврокомиссия передаст представителям «группы стран» континента свое несогласие с их быстрой готовностью занять их место в торговле с РФ и будет вынуждена пересмотреть ряд готовящихся к подписанию договоров с ними как с ненадежными партнерами, говорилось недавно в статье, опубликованной в авторитетной газете El Pais.

Испугают ли Путина и руководителей латиноамериканских страна угрозы Европы и США? Имеющиеся данные указывают на обратное. Всё указывает на значительный рост торговых связей между Россией и странами Латинской Америки и бассейна Карибского моря. Хотя общий объем двусторонней торговли составляет 16,2 млрд долл. (это меньше, чем объемом торговли с Германией за первый квартал 2013 г.), нельзя не указать и на то, что за последние десять лет он увеличился вдвое.

В настоящее время наиболее масштабные российско-латиноамериканские проекты осуществляются или будут осуществляться в области энергетики: строительство ГЭС, АЭС, добыча нефти и газа. Неплохо шли дела и с поставками российского вооружения. Особенно в Венесуэлу, ставшую вторым после Индии импортером российского оружия. Общий объем его продаж достиг 3,2 млрд долл. В области энергетики Россия, возможно, примет участие в проектах Венесуэльской государственной нефтяной компании Pdvsa через компанию «Роснефть». Детали ведущихся переговоров не разглашаются, но, согласно имеющимся сведениям, речь может идти о ежедневной добыче 150 тыс. барр. нефти в бассейне реки Ориноко.

Вторым по значимости торговым партнером в Латинской Америке является Аргентина, объем взаимной торговли с которой составляет 1,8 млрд долл.; затем идут Венесуэла (1,7 млрд долл.), Мексика (1,4 млрд долл.), Эквадор (1,3 млрд долл.), Перу (725 млн долл.),

Чили (455 млн долл.) и Куба (225 млн долл.). Торгово-экономическое сотрудничество с латиноамериканскими странами в области выработки электроэнергии оценивается в 10 млрд долл., поскольку Россия обладает в этом вопросе 30-летним опытом и поставляет весьма конкурентоспособную продукцию.

Но отношения России и Латинской Америки не сводятся исключительно к торговле. С 2000 по 2012 г. российские президенты нанесли шесть визитов в страны континента, включая Кубу, Бразилию, Чили, Перу, Венесуэлу и Аргентину. В свою очередь, Россию посетили главы Бразилии, Венесуэлы, Кубы, Чили и Эквадора. За 14 лет своего правления (1999–2013) Уго Чавес побывал в России 9 раз.

Воспользовавшись ЧМ по футболу в Рио-де-Жанейро, президент Путин посетил ряд латиноамериканских стран для укрепления связей с государствами, не входящими в сферу влияния Вашингтона. Его турне началось с Кубы, где российский президент объявил о списании 90% долга, образовавшегося еще во времена СССР. Потом он отправился в Никарагуа, а затем в Аргентину, отношения с которой Россия установила 125 лет назад. Аргентина экспортирует сухофрукты, мясо-молочную продукцию, а в России закупает ядерные реакторы, транспортные средства и продукты фармацевтической промышленности. Последней страной континента стала Бразилия.

Недавно Андрес Опенгеймер опубликовал аналитическую статью, специально посвященную военным вопросам, в связи с высказывавшимися предположениями о том, что Россия может вынашивать планы размещения военных баз в тех латиноамериканских странах, с которыми она углубляет отношения. Опенгеймер приходит к выводу, что таких планов не существует, но осведомленные источники утверждают, что российское руководство рассматривает возможность создания пунктов дозаправки горючим и обеспечения материально-технического обеспечения своих самолетов и судов.

Очевидно то, что связи укрепляются в нескольких направлениях. И вопрос, который ставят эксперты, анализируя российские интересы в Латинской Америке, очень конкретен: какие цели преследует здесь Россия? Посылает сигнал США или просто начинает осознавать имеющийся здесь потенциал возможностей, столь очевидно недооцененный Вашингтоном в последние десятилетия? ■

Укрепляя связи с Латинской Америкой, посылает ли Россия сигнал США или начинает осознавать имеющийся здесь потенциал возможностей, недооцененный Вашингтоном в последние десятилетия?

Русская газовая рулетка

SME, Словакия

ЕС ввел против России санкции, а его члены помогают Украине, поставляя газ с Запада. Москва ограничивает поставки, чтобы показать, что главные козыри по-прежнему в ее руках. Но это уже далеко не так. Возможно, своими действиями Кремль в итоге добьется того, что Европа уже не будет нуждаться в энергии от своего восточного соседа.

Вводя ответные санкции, Россия не ориентировалась на крупные европейские государства. В геополитических представлениях российского руководства эти страны слишком сильны и представляют собой равноценных партнеров. Россия же сосредоточилась на государствах, которые считает небольшими или слабыми, такие как Словакия и Польша. Давление оказывается на «меньших», которые острее других почувствуют удар. По крайней мере, так получается по российской логике.

Но в России не понимают, что Евросоюз – это не просто случайное объединение географически близких стран. В ЕС существует сложная система взаимоотношений. И она основана не на принципе «кто кого», когда выиграть может только один партнер, а второй автоматически должен понести убыток. Такой подход типичен для российского мышления.

Принцип Евросоюза заключается в том, что от сотрудничества выигрывают оба партнера. И именно поэтому малые европейские государства уже не являются пешками на шахматной доске – в них следует видеть часть намного большего объединения. В рамках ЕС между странами-участницами существуют различия, и сотрудничество не всегда проходит гладко, но русские не понимают даже этого базового принципа европейской интеграции.

Поэтому может случиться так, что Москва, которая сегодня «поигрывает мускулами», тем самым не улучшит свою переговорную позицию в отношениях с Европой, а лишь ухудшит свое положение. Как после газового кризиса 2008 г. укрепилась энергетическая безопасность Европы, так и новый кризис может спровоцировать еще более активные действия Европы, стремящейся избавиться от зависимости от России.

В том, что существует взаимозависимость России и Европы в поставках энергетического сырья и его оплаты, в целом есть консенсус. Но то, что сейчас делает Россия, может пара-

доксальным образом подарить преимущество Европе.

Непродолжительный газовый кризис 2006 г., когда в середине зимы произошло лишь снижение поставок в Европу, а не полное их прекращение, прошел почти незамеченным. Еврокомиссия предложила меры, чтобы предотвратить повторение подобной ситуации, но страны-члены тогда ее не поддержали.

Кризис 2009 г., когда впервые были полностью прекращены поставки газа, привел к принятию ряда мер по повышению энергетической безопасности стран-членов ЕС. Было не только улучшено сообщение между отдельными странами-участницами ЕС, но и появились планы по строительству новых СПГ-терминалов и по диверсификации энергетических источников иными путями.

Не все эти шаги были реализованы согласно планам, и у Европы по-прежнему есть над чем работать в области диверсификации. И как раз новый серьезный газовый кризис может положить начало более активным действиям в области безопасности поставок природного газа (а также других источников энергии).

Долгосрочные планы по отказу ЕС от ископаемых видов топлива уже существуют, но до сих пор планы преобладали над реальностью. Ведь не было достаточного стимула для того, чтобы Европа перешла с дешевых и выгодных ископаемых видов топлива (не только из России) на другие виды энергии. Опыт в области возобновляемых источников энергии говорил, что они не так-то дешевы. Но российские игры с энергетическим оружием могут стать тем самым необходимым стимулом. Возможно, в итоге более дорогой, но при этом и более стабильный, источник может показать себя как более выгодный в сравнении с дешевым сырьем из России. И это могут быть не только виды так называемой зеленой энергии: скоро, а может и не так скоро, альтернативой станет природный газ из США. Терминалы для СПГ массово строятся и проектируются – даже на территориях новых стран-членов Евросоюза.

Мы пройдем еще довольно длинный путь, прежде чем нынешняя энергетическая ситуация поменяется. Но очень возможно, что этот путь окажется не таким уж и длинным, и Россия, очень вероятно, сама поможет ЕС освободиться от ее энергетического влияния. ■

Россия, играя в игры с поставками газа, может потерять гораздо больше, чем одну зиму. На кону – будущее энергетическое сотрудничество с Европой. Очень вероятно, что Россия сама поможет ЕС освободиться от энергетической зависимости.

Кто страдает от падения рубля

«Блумберг Бизнесуик», США

С января российская валюта опустилась примерно на 20% по отношению к доллару, и сейчас она находится на самом низком уровне с момента дефолта 1998 г. Ее показатели за этот год – самые худшие среди ведущих валют мира, за исключением аргентинского песо.

Рубль может упасть еще ниже, несмотря на интервенции российского ЦБ. Рубль находится под «перманентным давлением», поскольку инвесторы бегут из страны, а санкции лишают ее доступа к рынкам иностранного капитала, рассказал Bloomberg News Владимир Евстифеев из московского банка «Зенит». Центробанк рискует истощить свои резервы, если будет и дальше увеличивать расходы в целях поддержания рубля.

Между тем, падающий рубль требует все больше жертв. Среди них:

– Российский потребитель. Рубль слабеет, а инфляция увеличилась до 8%. Цены на продукты питания в сентябре в годовом исчислении поднялись на 11,4%, о чем сообщает государственная статистическая служба. Продажи таких импортных потребительских товаров, как компактные компьютеры, рухнули, а россияне откладывают покупку автомобилей и других дорогостоящих предметов потребления.

– Российские банки и компании. Ослабление рубля больно бьет по их бухгалтерским балансам, ведь в предстоящие три месяца им предстоит выплата по иностранным долгам в размере 54,7 млрд долл. «Возможно, что некоторые частные заемщики потребуют помощи от государства для обслуживания своей внешней задолженности, – говорит экономист Нил Ширинг из лондонской фирмы Capital Economics, – особенно с учетом того, что значительная часть частного сектора из-за западных санкций по сути дела была лишена доступа к мировым рынкам капитала».

– Иностраные производители в России. Зарубежные компании, начиная с датского производителя пива Carlsberg и кончая автомобилестроительной корпорацией Nissan, очень

сильно пострадали из-за инвестиций в местное производство. Из-за слабости рубля импорт материалов из-за рубежа дорожает, а это ведет к повышению розничных цен, негативно отражаясь на продажах. Такие фирмы, как Nissan, принимают меры по увеличению производства деталей на местной базе. Но даже если им это удастся, из-за снижения рубля уменьшится стоимостная ценность их прибыли, которая возвращается на родину.

– Владельцы отелей в Турции и Египте. Они и прочие предприниматели, обслуживающие туристов из России, принимают на себя удар за ударом, поскольку многие россияне уже не могут позволить себе отдых за границей. Британская компания TUI, предлагающая комплексные туристические поездки в такие места, как турецкая Анталия и египетский Шарм-эль-Шейх, заявила 2 октября о сокращении на 30% числа путевок, предлагаемых россиянам. Некоторые российские туроператоры, специализирующиеся на зарубежных поездках, вышли из бизнеса.

Одно из потенциальных преимуществ ослабления валюты состоит в том, что это снижает стоимость местного производства, из-за чего российские производители становятся более конкурентоспособными. Российское правительство заявляет, что именно это сейчас и происходит. Его информационная служба сообщает об увеличении активности в таких отраслях, как производство пищевых продуктов и металлургия.

Проблема такого сценария заключается в том, что производственная база России на протяжении долгих лет находилась в запустении, поскольку главная ставка в экономике делалась на экспорт нефти, газа и прочего сырья. Российские заводы и фабрики не могут существенно увеличить производство без крупных капиталовложений, говорит Ширинг. А поскольку, по прогнозам, отток капитала из России в этом году составит 120 млрд долл., шансов на получение этих инвестиций очень немного. ■

От падения курса
российской
валюты
проигрывают не
только простые
потребители,
столкнувшиеся
с ростом цен, но
и иностранные
инвесторы,
а также
туристический
бизнес.
Российское
правительство
утверждает, что
низкий курс идет
на пользу местной
экономике.



Россия скупает золото. Не только из-за санкций

«Никкей», Япония

Россия, которая находится на пятом месте в мире по золотовалютным резервам, приступила к активной покупке золота. По информации МВФ, ее запасы золота за последние пять месяцев значительно выросли. По этому показателю РФ уже обогнала Китай и Швейцарию. Дело в том, что Россия испытывает опасения по отношению к доллару и евро в связи с санкциями, вызванными ситуацией на Украине. На фоне увеличения долговых обязательств ведущих стран Кремль пытается снизить финансовые риски благодаря перераспределению инвестиций в золото.

МВФ сообщил, что золотой запас России на конец августа составил 1112,5 т. С января он увеличился на 77 т, то есть вырос на 7% за семь месяцев. Доля золота в золотовалютных резервах выросла с 8,3% до 9,8%. На это повлияло ухудшение отношений с Западом в связи с украинским кризисом. Оборонные и другие предприятия лишились возможности рассчитываться в долларах. Существует опасность, что новые санкции ударят уже по экспорту энергоносителей, расчет за которые также осуществляется в долларах.

70% золотовалютных резервов России составляют доллары и евро. Администрация Путина, взявшая курс на обострение противостояния с США, решила «снизить зависимость от

этих валют с целью противодействия санкциям». Была ускорена реформа золотовалютных резервов. С одной стороны, РФ стала покупать больше золота и китайских юаней, а с другой – снижать долю долларов и американских государственных облигаций в своих резервах.

Снижение цен на золото способствует этому процессу. В сентябре его цена впервые в этом году упала до нижней границы. В результате Россия оказалась в благоприятных условиях для покупки золота.

Во время экономического форума в Санкт-Петербурге в мае президент Путин заявил журналистам, что «важно накапливать золото и валютные запасы рациональным и безопасным способом». Большинство экспертов полагают, что в ближайшие годы Россия продолжит скупать золото. Есть мнение, что до конца года Центробанк приобретет еще 200 т этого металла, поскольку пока доля золота в российских золотовалютных резервах относительно невелика: сравните с Францией и Германией, где она составляет 60%.

Китай также в последние годы наращивает запасы золота. Если две крупные державы, конфликтующие с Западом, продолжают переходить на золото, позиции доллара, являющегося ключевой валютой, могут пошатнуться. ■

Если две крупные державы – Китай и Россия – продолжат укреплять свои золотовалютные резервы за счет наращивания закупок золота, позиции доллара могут пошатнуться.



Гринспен: Золотое правило

«Форин аффэйрс», США

Если Китай обратит в золото сравнительно небольшую часть своих валютных резервов, составляющих 4 трлн долл., валюта этой страны приобретет неожиданное значение в международной финансовой системе. Разумеется, попытка потратить часть резервов на достаточное количество золотых слитков, чтобы сместить США с первого места в мире по запасам монетарного золота (на весну 2014 г. американский золотой запас составлял 328 млрд долл.), была бы рискованной. Однако цена ошибки – упущенная выгода плюс стоимость хранения – выглядит вполне умеренной. В остальном мире цены на золото, безусловно, могут подняться, но только на период накопления. Когда Китай достигнет своей цели, они должны будут упасть.

О более радикальных переменах – таких, как возвращение к золотому стандарту в какой-либо форме, – пока речь не идет. У этой идеи мало сторонников. Однако у золота есть некоторые особые свойства, которых нет ни у одной другой валюты, кроме, может быть, серебра. Больше двух тысячелетий оно было практически бесспорным средством платежа. Оно никогда не требовало кредитных гарантий третьей стороны. Когда золотом или расписками на золото расплачиваются по облигациям, никаких вопросов не возникает. Достаточно сказать, что это была единственная форма платежа, которую экспортеры в Германию принимали ближе к концу Второй мировой войны. Сейчас фиатные деньги – то есть валюты, которые не подкреплены обладающими самостоятельной ценностью активами, – принимают благодаря кредитным гарантиям суверенных стран, обладающих правом собирать налоги. В условиях кризиса такие гарантии не всегда могут конкурировать с универсально принимаемым золотом.

Если бы доллар – или любую другую фиатную валюту – принимали всегда и повсеместно, центробанки перестали бы держать золото. Однако они это делают, а значит фиатные деньги так и не превратились в универсальный

эквивалент. Из 30 развитых стран, которые предоставляют сведения Международному валютному фонду, лишь четыре не имеют золотого резерва. По данным на 31 декабря 2013 г., стоимость золота на балансе центральных банков развитых стран составляла 762 млрд долл. в переводе на рыночные цены, что равнялось 10,3% их совокупных резервов. В распоряжении МВФ находилось золото еще на 117 млрд долл. Если бы золото было «реликтом варварства», как считал британский экономист Джон Кейнс, центробанки по всему миру не собирали бы такие количества актива, доходность которого с учетом стоимости хранения выглядит отрицательной.

Политики несколько раз предлагали продать часть золотого запаса. Например, в 1976 г. я, как председатель Совета экономических консультантов, участвовал в дискуссии, в ходе которой министр финансов США и глава совета управляющих ФРС обсуждали с президентом Фордом идею продать 275 млн унций золота и вложить вырученные средства в прибыльные активы. Общий язык стороны так и не нашли. В итоге Форд решил ничего не делать. Золотой запас США с тех пор почти не изменился – сейчас он составляет 261 млн унций.

Я снова столкнулся с этим вопросом в 1990-х годах, когда возглавлял совет управляющих ФРС. В то время цены на золото упали ниже 300 долл. за унцию. Одна из периодических встреч глав центробанков «Большой десятки» была посвящена стремлению европейских стран сократить золотые запасы. При этом участники понимали, что, если они начнут наперебой продавать золото, оно подешевеет еще сильнее. В итоге они договорились, кто, сколько и когда будет продавать. Вашингтон тогда воздержался от участия в процессе. В 2014 г. соглашение было обновлено. Заявляя об этом, Европейский центральный банк отметил: «Золото остается важной частью мировых валютных запасов».

Между тем у Пекина никогда не было идеологических предубеждений против золо-

Китай энергично наращивает запасы золота. Еще немного – и валюта этой страны приобретет более весомую роль в международной финансовой системе. Однако это вряд ли позволит Китаю превзойти США.



та. С 1980 по 2002 г. у китайских властей было 13 млн унций золота. В декабре 2002 г. они довели свои запасы до 19 млн унций, а в апреле 2009 г. – до 34 млн унций. В конце 2013 г. Китай занял пятое место среди стран мира по золотому запасу. Теперь он уступает только США (261 млн унций), Германии (109 млн), Италии (79 млн) и Франции (78 млн). Еще 90 млн унций есть у МВФ.

Однако сколько бы золота ни скопил Китай, это не разрешит ключевого вопроса: могут ли свободные, нерегулируемые рынки капитала сосуществовать с авторитарным государством? Со времен ранних инициатив Дэн Сяопина Китай прошел большой путь. Он приближается к казавшейся немислимой цели – сравняться с Соединенными Штатами по ВВП, пусть даже и пересчитанному по паритету покупательной способности. Однако в перспективе гигантские достижения последних лет будет, скорее всего, все труднее сохранять.

Таким образом, маловероятно, что в ближайшие годы Китай сумеет технологически обогнать США – скорее, по политическим причинам, чем по экономическим. Культура, отличающаяся крайним политическим конформизмом, оставляет мало пространства для неординарного мышления. Между тем инновации, по определению, требуют выхода за пределы общепринятого, что всегда трудно делать в обществе, ограничивающем свободу слова и действий.

Пока китайское общество жизнеспособно и в целом политически стабильно, так как политические ограничения однопартийного государства уравниваются способностью властей обеспечивать экономический рост и материальное благосостояние. Однако в ближайшие годы ситуация может измениться: темпы роста китайской экономики замедлятся, и ее конкурентные преимущества уменьшатся.

Автор – Алан Гринспен, американский экономист. Глава Федеральной резервной системы США с 1987 по 2006 г.



«Нельзя пить за рулем! Нельзя, нельзя!»

«Асахи Симбун», Япония

«Нельзя пить за рулем! Нельзя, нельзя!» Объявления на дорогах префектуры Кумамото, в которых используются различные модные фразы, пользуются чрезвычайной популярностью. Короткие и легко запоминающиеся выражения стали популярными даже в интернете. По мнению одного из представителей полиции префектуры, «обычные фразы не остаются в памяти водителей».

Фразу «Нельзя, нельзя!» использует популярный ныне в Японии женский юмористический дуэт. В сентябре полиция префектуры разместила предупреждение с этой фразой в 50 местах для борьбы с пьянством на дорогах. Обычно на электронных табло отображается информация о пробках. Но после размещения необычных фраз в сети появилось множество фотографий с их изображением.

Модные словечки используются не впервые. С августа прошлого года стали использовать нестандартные фразы типа «Засыпаешь за рулем? Отдохни прямо сейчас!», «Расплата за езду в пьяном виде в пятикратном размере!» и «Что такое светоотражающая пленка? Она блестит». Идею предложил начальник отдела безопасности движения полиции Кумамото Норио Кисимори. «Я хотел, чтобы фразы сразу бросались в глаза водителю, и поэтому придумал выражение с популярной тогда „Прямо сейчас!“ – говорит он. – Неожиданно люди стали делиться своим мнением и спрашивать, где можно увидеть подобные объявления. Поскольку отклик был весьма внушительным, я решил продолжить применение нестандартных выражений в образовательных целях». Использовались не только модные фразы, но даже слова из диалекта.

Кисимори говорит, что наибольшей популярностью пользуется «Нельзя, нельзя!». Люди присылают идеи новых словечек в официальный «Твиттер» полиции Кумамото. «Мы и дальше будем бороться с авариями на дорогах, используя различные формы донесения информации до водителя», – говорит Норио Кисимори. ■

Полиция
Японии нашла
нестандартный
путь для борьбы
с нарушителями
правил
дорожного
движения.
Модные словечки
и необычные
фразы в
объявлениях
на дорогах
пользуются
огромной
популярностью.



Потепление на Северном полюсе

«Иомиури», Япония

В последнее время каждое лето на Северном полюсе отмечается существенное таяние льдов. В связи с этим растет интерес к Северному морскому пути и разработке в регионе месторождений природных ресурсов. Развивается туризм. Вместе с тем резкая смена климата на Северном полюсе, который отпугивал людей трескучими морозами и толстыми льдами, говорит о глобальном потеплении на Земле.

За 4 года резко увеличилось количество грузовых судов

«Состояние льда на Северном полюсе каждый год разное. Бывает, что и в июле море покрыто льдом, а бывает, что льда практически нет. Но 20 лет назад летом льда было больше», – говорит, осматривая простирающееся перед глазами Карское море, боцман Владимир Крецин, проработавший 25 лет на торговых судах.

Грузовое линейное судно водоизмещением в 14 тыс. т, загруженное товарами повседневного спроса, строительной техникой и стройматериалами, курсирует между Мурманском и портом Дудинкой, где отгружают никель. Суда по части Северного Ледовитого океана ходили и раньше, но с таянием льдов эти пути стали гораздо чаще использовать для международных сообщений. Количество кораблей и танкеров, курсирующих между Европой и Азией, увеличилось с четырех в 2010 г. до 71 в 2013 г.

Суда продвинулись на Восток до 70–74 градуса северной широты. Теплое течение, поднимающееся на север с Атлантики, доходит до Новой Земли. На западе от архипелага в районе Баренцева моря температура была около 10 °С, но на востоке от Новой Земли, в Карском море, температура резко упала до 2 °С. По пути нам иногда встречался дрейфующий лед, но это здесь скорее исключение. Попадались большие льдины размером 10 на 10 м, но они, как правило, возвышались над водой всего на несколько десятков сантиметров.

Билеты на тур стоимостью 40 тыс. долл. полностью раскуплены

Летом, когда льды уже растаяли, Северный полюс привлекает немало богатых туристов. Николай Савельев из московской компании Poseidon Expeditions, организующей туры на Северный полюс, говорит, что «поездка стоит от 25 тыс. до 40 тыс. долл.». Билеты на следующий год полностью распроданы. Поездка проходит на атомном ледоколе, способном пройти сквозь лед толщиной три метра. Ледокол выходит из Мурманска. Он останавливается в районе 90 градуса северной широты на вершине Земли, где можно встретить белых медведей и тюленей. В 1990 г. путешествие от Мурманска до Северного полюса занимало 6 дней. Сейчас – всего три с половиной дня. По словам Савельева, «льда стало меньше, и он стал тоньше, поэтому корабль движется быстрее».

Опасность разлива нефти

С развитием Арктики возникла опасность ухудшения экологической обстановки. Судно, на котором я плыл, измельчает пищевые отходы и в разрешенных местах выбрасывает их в море. Остальной мусор отвозят в порт. Дело в том, что в Северном Ледовитом океане из-за низкой температуры воды мало планктона, поэтому у этих вод низкая способность к самоочищению. Но наибольшие опасения вызывают масштабные происшествия, в частности разлив нефти. Если такое произойдет, существует возможность возникновения экологической катастрофы, последствия которой будут не просто устранить.

Северный Ледовитый океан чрезвычайно богат нефтяными и газовыми месторождениями. По данным Геологической службы США за 2008 г., запасы нефти составляют 90 млрд баррелей, газа – 1670 трлн куб. футов. Объемы нефти равняются 13% от общего количества необнаруженных запасов, газа – 30%. Россия уже начала разработку нефтяных месторождений на континентальном шельфе. ■

Таяние льдов и резкая смена климата на Северном полюсе говорит о глобальном потеплении на Земле. В Северном Ледовитом океане становится все больше торговых судов, развивается туризм. Но вместе с тем растет опасность экологических катастроф.

По материалам www.inosmi.ru

МВЦ «Крокус Экспо», 2015 г.

ЯНВАРЬ

2–10 января

пав. 3, залы 12, 13

НОВОГОДНЯЯ СТРАНА В «КРОКУСЕ» 2015

Организатор: Продюсерский центр «Седьмая Радуга»

5–25 января

пав. 3, зал 14

МЕХОВАЯ ВЫСТАВКА-ПРОДАЖА

Организатор: Выставочная компания «Золотой век»

19–22 января

пав. 3, зал 14

Международная специализированная выставка обуви, сумок и аксессуаров

«МОСШУЗ–2015»

Организатор: «МосШуз»

21–22 января

пав. 1, зал 4

7-й международный фестиваль технологий продвижения и рекламы PROMEDIATECH

Организаторы: МВЦ «Крокус Экспо», «БилдЭкспо»

27–29 января

пав. 1, залы 2, 3, 4

17-я международная выставка и форум CSTB

Организатор: «МИДЭКСПО–выставки и ярмарки»

ФЕВРАЛЬ

3–6 февраля

пав. 3, залы 13, 14, 15

19-я международная выставка бытового и промышленного оборудования для

отопления, водоснабжения, сантехники, кондиционирования, вентиляции,

бассейнов, саун и СПА AQUA-THERM MOSCOW

Организаторы: ITE, Reed Exhibitions

9–11 февраля

пав. 2, зал 5

12-я Всероссийская стоматологическая выставка-ярмарка «ДЕНТАЛ РЕВЮ»

Организатор: ДЕ-5

10–12 февраля

пав. 2, зал 8

20-й международный форум «ТЕХНОЛОГИИ БЕЗОПАСНОСТИ»

Организатор: «Гротек»

10–12 февраля

пав. 2, зал 6

2-я национальная выставка инфраструктуры аэропортов и гражданской

авиации NATIONAL AIRPORT INFRASTRUCTURE SHOW & CIVIL AVIATION

Организатор: Reed Exhibitions

10–12 февраля

пав. 1, зал 2

Международная выставка нижнего белья, пляжной моды и чулочных изделий

LINGERIE-EXPO. ЗИМА–2015

Организатор: MBK

17–19 февраля

пав. 1, зал 1

14-я международная выставка «НЕРАЗРУШАЮЩИЙ КОНТРОЛЬ И ТЕХНИЧЕСКАЯ

ДИАГНОСТИКА В ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

12-я международная выставка и конференция «ПОКРЫТИЯ И ОБРАБОТКА

ПОВЕРХНОСТИ / EXPOCOATING»

Организаторы: «Примэкспо», ITE

17–20 февраля

пав. 3, зал 15

16-я МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ОПТИЧЕСКАЯ ВЫСТАВКА (MIOF)

Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

20–22 февраля

пав. 1, зал 3

12-я международная выставка «МОТО ПАРК»,

пав. 1, зал 2

11-я международная специализированная выставка «ВЕЛО ПАРК»

Организатор: «РТЕ-Групп»

25–27 февраля

пав. 2, залы 5, 6

8-я международная специализированная выставка композитных материалов,

технологий производства композитов, оборудования и изделий из

композиционных материалов «КОМПОЗИТ-ЭКСПО»

7-я международная специализированная выставка полиуретановых

материалов, технологий производства полиуретанов и использования

полиуретанов в промышленности «ПОЛИУРЕТАНЭКС»

3-я международная специализированная выставка «КЛЕИ И ГЕРМЕТИКИ»

3-я международная специализированная выставка легких инженерных

конструкций RUSLITE

3-й международный форум по материаловедению

«ИННОВАЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ И ТЕХНОЛОГИИ (ИМТЕХ)»

Организатор: «Мир-Экспо»

МАРТ

2–4 марта

пав. 3, зал 18

22-я международная специализированная выставка канцелярских и офисных

товаров «СКРЕПКА ЭКСПО POWERED BY PAPERWORLD»

Организатор: «Скрепка Экспо Проект»

3–5 марта

пав. 2, залы 10, 11

Международная специализированная выставка хозяйственных товаров,

посуды и товаров для дома HOUSEHOLD EXPO–2015

Международная специализированная выставка товаров для дачи и отдыха за

городом OUTDOOR DACHA–2015

Международная специализированная выставка товаров подарочной

индустрии CHRISTMAS BOX. PODARKI–2015

Международный форум HORECA. JUST HORECA–2015

Организатор: «МОККА Экспо Групп»

3–5 марта

пав. 2, зал 9

Международная специализированная выставка Высокого Интерьера

LuxuryHITS (LUXURY & HIGH INTERIOR TRADE SHOW)–2015

Международная специализированная выставка товаров для дома премиум-

класса STYLISH HOME. OBJECTS & TABLEWARE–2015

Организатор: «ИнтерДеко Экспо»

3–5 марта

пав. 2, зал 6

Международная выставка продукции и услуг для оснащения и снабжения

предприятий общественного питания IFFF MOSCOW–2015

Организатор: ITE

3–6 марта

пав. 1, залы 1, 2, 3, 4

11-я международная специализированная выставка «МИР КЛИМАТА»

Организатор: «Евроэкспо»

7–8 марта

пав. 2, зал 6

Международная выставка кошек «КЭТСБУРГ–2015»

Организатор: «Супрэм»

10–13 марта

пав. 3, залы 17, 18

Международная специализированная выставка обуви, сумок и аксессуаров

«МОСШУЗ–2015»

Организатор: «МосШуз»

10–15 марта

пав. 3, залы 13, 14, 15

8-я международная выставка катеров и яхт «МОСКОВСКОЕ БОУТ ШОУ»,

пав. 3, зал 12

18-я международная выставка «ХОТА. РЫБАЛКА. ВЕСНА»

Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

11–13 марта

пав. 2, залы 9, 11

Международная специализированная выставка товаров для детей

«ДЕТСТВО / KIDS RUSSIA–2015»

Организатор: «ГРАНД ЭКСПО»

14–17 марта

пав. 1, залы 2, 3, 4

Международная туристская выставка «ИНТУРМАРКЕТ (ITM)–2015»

Организатор: «Экспотур»

17–19 марта

пав. 2, зал 10

27-я специализированная выставка бизнес-подарков, промоматериалов и

рекламных сувениров «IPSA РЕКЛАМНЫЕ СУВЕНИРЫ. ВЕСНА»

Организатор: Reed Exhibitions

24–26 марта

пав. 1, залы 3, 4

18-я международная выставка электронных компонентов и комплектующих

«ЭКСПОЭЛЕКТРОНИКА»

13-я международная выставка технологий, оборудования и материалов для

производства изделий электронной и электротехнической промышленности

«ЭЛЕКТРОТЕХЭКСПО»

Организаторы: «Примэкспо», ITE

25–26 марта

пав. 2, зал 10

Международная специализированная выставка широкого спектра товаров,

реализуемых под собственными торговыми марками

«СОБСТВЕННАЯ ТОРГОВАЯ МАРКА (IPLS)–2015»

Организатор: Reed Exhibitions

26–29 марта

пав. 3, зал 14

11-я международная выставка индустрии природных технологий

«ДЕРЕВЯННЫЙ ДОМ»

8-я международная выставка «ДОМ И САД. MOSCOW GARDEN SHOW»,

пав. 3, зал 15

11-я международная выставка «САЛОН КАМИНОВ»

9-я международная выставка «AQUA-SALON. WELLNESS & SPA. БАССЕЙНЫ И

САУНЫ»

Организатор: World Expo Group

31 марта – 3 апреля

пав. 1, 2, 3, залы 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 12, 13

Международная строительно-интерьерная выставка

VATIMAT RUSSIA–2015

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

АПРЕЛЬ

1–4 апреля

пав. 2, зал 9

2-я международная специализированная выставка ландшафтной архитектуры,

садового строительства, благоустройства, дизайна открытых пространств,

товаров для сада и садоводства GARDEN BUILD

Организаторы: МВЦ «Крокус Экспо», «ГринЭкспо»

7–9 апреля

пав. 3, зал 15

Специализированная выставка закрытого типа (вход только по приглашениям)

METRO EXPO–2015

Организатор: «METRO Кэш энд Керри»

Календарь выставок

9–12 апреля

пав. 1, зал 4

6-я международная выставка MOSCOW HOBBY EXPO

пав. 1, зал 3

Выставка рукоделия, творчества, искусства и народных ремесел ART&CRAFT

Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

9–12 апреля

пав. 2, залы 7, 8

Международная выставка и конференция потребительской электроники CONSUMER ELECTRONICS & PHOTO EXPO-2015

Организатор: «МИДЭКСПО – выставки и ярмарки»,

пав. 3, «Аквариум Отель»

Международная выставка аудио-видеоаппаратуры высокого класса (в рамках выставки CE&PE) HI-FI & HIGH END SHOW-2015

Организатор: «МИДЭКСПО – выставки и ярмарки» / MIDEXPO

15–16 апреля

пав. 1, зал 1

3-я КОНВЕНЦИЯ РОССИЙСКИХ АВТОМОБИЛЬНЫХ ДИЛЕРОВ

Организатор: Ассоциация «Российские автомобильные дилеры» (РОАД)

16–18 апреля

пав. 3, залы 13, 14

Выставка профессиональной косметики и оборудования для салонов красоты INTERCHARM professional-2015

Организатор: Reed Exhibitions

20–23 апреля

пав. 2, залы 7, 8

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

Организатор: ДЕ-5

21–23 апреля

пав. 3, зал 15

19-я международная выставка технологий и оборудования для добычи и обогащения полезных ископаемых MININGWORLD RUSSIA

Организаторы: «Примэксโป», ITE

21–23 апреля

пав. 2, зал 6

Выставка и конференция

«FAST FORWARD. КУРЬЕРСКИЕ И ПОЧТОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

Организатор: «РЭД ГРУПП»

21–24 апреля

пав. 1, залы 1, 2, 3, 4

20-я международная выставка транспортно-логистических услуг и технологий «ТРАНСРОССИЯ»

Организатор: ITE

24–26 апреля

пав. 3, зал 15

7-я международная выставка

«МОСКОВСКОЕ ТЮНИНГ ШОУ»

Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

МАЙ

19–21 мая

пав. 2, зал 8

Международная выставка инновационных технологий для мясного и молочного животноводства, свиноводства и птицеводства VIV RUSSIA-2015

Организатор: VNU Exhibitions Europe

19–23 мая

пав. 3, залы 13, 14, 15

МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕБЕЛЬНЫЙ САЛОН / MIFS / Rooms

Moscow-2015

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

26–28 мая

пав. 2, зал 8

Международная выставка-форум по управлению отходами, природоохранным технологиям и возобновляемой энергетике «ВЭЙСТТЭК-2015»

Специализированная экспозиция «СКРАПЭКСПО-2015: СБОР И ПЕРЕРАБОТКА

ЛОМА ЧЕРНЫХ И ЦВЕТНЫХ МЕТАЛЛОВ»

10-я международная выставка «СИТИПАЙП (ТРУБОПРОВОДНЫЕ СИСТЕМЫ

КОММУНАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ: СТРОИТЕЛЬСТВО, ДИАГНОСТИКА,

РЕМОНТ И ЭКСПЛУАТАЦИЯ)»

Организатор: «СИБИКО Интернэшнл»

ИЮНЬ

2–6 июня

пав. 1, 3, открытые площадки

16-я международная выставка «СТРОИТЕЛЬНАЯ ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ / СТТ»

Организатор: «МЕДИА ГЛОБ»

16–19 июня

пав. 1, залы 1, 2, 3, 4

20-я международная выставка упаковочной индустрии ROSUPACK

пав. 1, залы 2, 3

Специализированная экспозиция «ROSUPACK. ОБОРУДОВАНИЕ»

пав. 1, залы 1, 4

Специализированная экспозиция «ROSUPACK. ГОТОВАЯ УПАКОВКА»

Специализированная экспозиция «ROSUPACK. ЭТИКЕТКА»

Специализированная экспозиция «ROSUPACK. СЫРЬЕ И РАСХОДНЫЕ

МАТЕРИАЛЫ»

Специализированная экспозиция «ROSUPACK. ПЕЧАТНОЕ И РЕКЛАМНОЕ

ПРОИЗВОДСТВО»

пав. 1, зал 3

Специализированная экспозиция «ROSUPACK. ЛОГИСТИКА И СКЛАД»

Организатор: MBK

23–25 июня

пав. 2, зал 6

10-я международная выставка дизайнера и проектирования изделий, производства и эксплуатации форм, пресс-форм, штампов, 3D-оборудования и технологий «ROSMOULD / ФОРМЫ. ПРЕСС-ФОРМЫ. ШТАМПЫ»

6-я международная специализированная выставка сырья, оборудования

и технологий для производства изделий из пластмасс

«РОСПЛАСТ. ПЛАСТМАССЫ. ОБОРУДОВАНИЕ. ИЗДЕЛИЯ»

Организатор: ЭМГ



BUILDEXPO
Генеральный застройщик МВЦ «Крокус Экспо»

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



СМОТРИ, КАК КРУТО!

WWW.VEGAS-CITY.RU



РЕКЛАМА

ШОППИНГ
КИНО
КАТОК
РЕСТОРАНЫ
АТТРАКЦИОНЫ

VEGAS

24 КМ МКАД
Х КАШИРСКОЕ ШОССЕ



@VEGASMALL



@VEGASCROCUSCITY

КРОКУС СИТИ
М. МЯКИНИНО, 66 КМ МКАД

miu miu

PRADA

JIMMY CHOO

EMILIO PUCCI

CASADEI

TOD'S

sergio rossi

LANVIN

CHANEL

Ermenegildo Zegna

MISSONI

НОВЫЕ БУТИКИ

КРОКУС СИТИ МОЛЛ

ШОПИНГ КАК ИСКУССТВО

КРОКУС СИТИ
65-66 КМ. МКАД
CROCUSCITYMALL.RU