

№3 (75) 2015

# Бизнес и Выставки

**В НОМЕРЕ:**

**Рейтинг: буквы и цифры**

**Милан: переключка времен**

**Халяль для всех**

**Шоколадные короли России**





Модаполис  
аутлет

# БРЕНДОВАЯ ОДЕЖДА СКИДКИ ДО 80%

DOLCE & GABBANA

**D&G**  
DOLCE & GABBANA

ALEXANDER  
**McQUEEN**

roberto cavalli

LIU-JO

CoSTUME NATIONAL

LOVE  
MOSCHINO

**AIGNER**

EMPORIO ARMANI

*mcs*  
MARLBORO CLASSICS

VERSACE

PINKO

VALENTINO

DIMENSIONE  
**danza**

ungaro

DSQUARED<sup>2</sup>

Galliano

AJ | ARMANI  
JEANS

  
COMPTONS

CORNELIANI  
*Corneliani*

Gianfranco FERRE

CANALI

ICEBERG

Cruciani

JIMMY CHOO

*Rich Owens*

SEE BY CHLOÉ

NEIL BARRETT

MARELLA

JOOP!



Крокус Экспо  
Экспо 3, подъезд 13, зал 12

+7 495 9792380  
+7 915 2467604

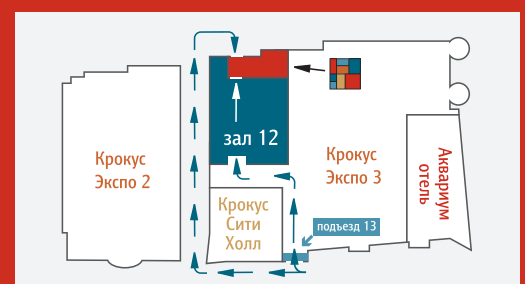
[www.modapolis.com](http://www.modapolis.com)

Ежедневно с 10.00 до 21.00

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



Нерезидентам доступен  
TaxFree в размере 13%



# Бизнес и Выставки

№ 3 (75) 2015

## Издатель

Арас АГАЛАРОВ

## Главный редактор

Борис ФАНТАЕВ

## Заместитель главного редактора

Ирина СКИБИНСКАЯ

## Редактор

Надежда КАЛМЫЧКОВА

## Отдел рекламы:

Тел.: (495) 223-4215

## Адрес редакции:

143402, Московская область,  
г. Красногорск,  
ул. Международная, д. 16  
МВЦ «Крокус Экспо»  
Тел./факс: (495) 727-2676  
Интернет: <http://www.crocus-expo.ru>  
<http://www.biv-expo.ru>

Эл. почта: [journalbv@crocus-off.ru](mailto:journalbv@crocus-off.ru)

## Учредитель:

АО «КРОКУС»  
Адрес: 143402, Московская обл.,  
г. Красногорск,  
ул. Международная, д. 16

## Дизайн-проект и верстка:

ООО «СЛИИВ Б»

## Отпечатано:

ООО «Первый полиграфический  
комбинат»: 143405, Московская  
обл., Красногорский р-н,  
п/о Красногорск-5,  
Ильинское ш., 4-й км

## Распространение в деловых центрах Москвы:

Агентство Mamma Mia  
[www.mamamia.ru](http://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.

Тираж 12 000 экз. Цена свободная.



От издателя . . . . .	4
Крокус: новости компании . . . . .	5

## ГЛАВНАЯ ТЕМА

Буквы и цифры . . . . .	6
Не отставая от лидеров. . . . .	12
Верить, не верить? . . . . .	16
Россия-Китай: рейтинг навек . . . . .	19

## ВЫСТАВКИ И РЫНКИ

Выставки, конгрессы, форумы . . . . .	20
«Крокус Экспо»: день за днем. . . . .	22
Кто не мечтал о голубых лагунах... . . . .	24
Виват, Russia! . . . . .	28
Диета по приказу. . . . .	30
Халяль для всех. . . . .	36
Бизнес со стальным характером. . . . .	40
EXPO: энергия для жизни . . . . .	42

## ИЗ ПРОШЛОГО

Милан: переключка времен . . . . .	46
------------------------------------	----



6



42

**ВЫСТАВОЧНЫЕ И КОНГРЕССНЫЕ ЦЕНТРЫ**

«Мессе Штутгарт»: когда молодость не помеха . . . .50

**РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА**

Ценообразование в выставочном деле . . . . .54

**ИСТОРИЯ УСПЕХА**

Шоколадные короли России . . . . .60

**ВСЁ НА ПРОДАЖУ**

Новости аукционов . . . . .66

**ДАЙДЖЕСТ**

Глобальную экономику рвут на части . . . . .69

Могучий мегаполис . . . . .70

Куба: открытость или контроль? . . . . .76

Оружейному бизнесу кризис нипочем . . . . .77

**КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК**

Животноводство и птицеводство . . . . .34

«Крокус Эспо» . . . . .79



66



60



С  
О  
С  
О  
К  
О



## ОТ ИЗДАТЕЛЯ

В мире идет острая борьба между странами за инвестиции. Выигрывает тот, кто предлагает наиболее благоприятные условия для работы капитала. Лидерами по объему инвестиций в экономику являются Китай, США, Сингапур, Бразилия.

Привлекательность этих разных по размеру стран определяется прежде всего возможностями для эффективной работы, высокой отдачей вкладываемых средств, простотой законодательства.

Каждый потенциальный вкладчик, каждая компания, рассматривающая возможность вложения капитала, прежде чем принять такое решение, изучает экономическую ситуацию в той или иной стране, особенности законодательства, условия деятельности и вывоза прибыли.

Помощь потенциальным инвесторам в принятии решений оказывают специальные агентства, профессионально занимающиеся изучением этих вопросов и разрабатывающие на базе имеющихся данных различные рейтинги, оценивающие риски работы капитала в разных странах.

Предметом анализа рейтинговых агентств являются макроэкономическая ситуация в стране, надежность институтов, нормы традиционных отраслей права, правовые гарантии и отсутствие дискриминации иностранных инвесторов, наличие налоговых, таможенных и административных льгот, системы страхования инвестиций и урегулирования инвестиционных споров и многие другие аспекты, важные для инвестора.

В последнее время деятельность международных рейтинговых агентств привлекает повышенное внимание. В этом номере журнала рассказывается об истории возникновения и работе международных рейтинговых агентств, сделана попытка разобраться в их особенностях.

**Арас АГАЛАРОВ**

Важным событием для «Крокус Экспо» стало постановление Московской областной Думы, принятое 19 февраля 2015 г., о снижении ставки налога на 50% на имущество организаций, на балансе которых учтены объекты недвижимости с выставочными залами общей площадью не менее 200 тыс. кв. м. По сообщению представителя выставочного центра, такое решение очень своевременно в условиях, когда потенциальные участники выставок рассматривают любые возможности по сокращению своих затрат, в том числе на выставки. Как подчеркнули в «Крокус Экспо», снижение налоговой нагрузки на владельца выставочной площади создает дополнительные возможности для привлечения новых участников мероприятий, обеспечения более благоприятных условий работы российских экспонентов и повышения качества выставочного сервиса.



Борису Павловичу Фантаеву, главному редактору журнала «Бизнес и Выставки», исполнилось 70 лет. Трудовая деятельность Бориса Павловича уже более 20 лет связана с компанией «КРОКУС». В 1990-е годы он работал в отделе, занимавшемся организацией выставок, последние 10 лет возглавляет журнал «Бизнес и Выставки». МВЦ «Крокус Экспо» и редакция журнала «Бизнес и Выставки» поздравляют Бориса Павловича с юбилеем, желают ему крепкого здоровья, долгих лет жизни и творческих успехов.

В текущем году в Крокус Сити продолжается масштабное строительство. Так, к концу года может быть закончено строительство малого офисного центра, расположенного между ТРЦ Vegas и павильоном № 1 «Крокус Экспо». Сооружается крытый пешеходный переход на уровне второго этажа от станции метро «Мякинино» к ТРЦ Vegas. Заложено свайное основание под новое высотное офисное здание площадью 158 тыс. кв. м. Строительство здания займет 2,5 года. Также к концу года может быть открыт океанариум, который изначально был запланирован в новом комплексе Vegas.



В Крокус Сити открылись два новых ресторана: Nobu и Rose Bar. Оба заведения являются вторыми версиями ресторанов, уже работающих на улице Большая Дмитровка. Новый Nobu Crocus City расположен на двух этажах и занял площадь в 1200 кв. м. В ресторан можно попасть с улицы, из ТЦ «Крокус Сити Молл» и из ТРЦ Vegas. Основной зал на первом этаже рассчитан на 70 мест. На втором этаже – общий зал с панорамным видом, отдельный VIP-кабинет и большой банкетный зал на 250 мест. Меню ресторана Nobu выражает гастрономическую философию основателя этой всемирной сети: авторская японская кухня с южно-американским акцентом. Как и на Большой Дмитровке, над рестораном Nobu расположился Rose Bar с его своеобразной архитектурой, создающей полное ощущение интерьера роскошной яхты.



В ходе возведения торгово-развлекательного комплекса Vegas в Немчиновке, который станет уже третьим объектом Crocus Group под этим брендом, строители закончили расчистку территории, уложили фундаментную плиту, проложили выводной коллектор для сточных вод и занимаются установкой очистных сооружений. Площадь нового комплекса составит 280 тыс. кв. м. Окончание строительства запланировано на конец I квартала 2017 г.



В конгресс-центре Крокус Сити прошли крупные международные мероприятия в области медицины. Представители из десятков стран приняли участие в Международном конгрессе по эстетической медицине и Международном форуме дерматовенерологов и косметологов.



# БУКВЫ И ЦИФРЫ

Кредитные рейтинги появились более 150 лет назад в США. В 60-е годы XIX в. самой доходной отраслью было строительство железных дорог. Инвесторам требовалась независимая оценка состояния дел в железнодорожных компаниях и их долгов. С тех пор многое изменилось, но кредитные рейтинги и сегодня являются незаменимым инструментом для инвесторов, а также мощным средством воздействия на страны и компании.

## ИСТОРИЯ ВОПРОСА

На заре развития промышленности ни о каких рейтингах никто не слышал. Банкиры и промышленники знали друг друга как облупленных и судили друг друга по деловой репутации. Однако промышленный бум в США требовал всё новых и новых инвестиций, число компаний неуклонно росло, личные знакомства уже не позволяли ориентироваться в море новых фирм, не все из которых отличались старомодной порядочностью. По данным журнала «Планета», в 1870 г. в сводном реестре американского кредитно-отчетного агентства R.G. Dan & Co. числилось 7 тыс. компаний. В 1900 г. их было уже более миллиона.

В начале XX в. без профессиональных аналитиков и советчиков, куда можно, а куда не стоит вкладывать деньги, было уже не обойтись. Пионером нового бизнеса стал Джон Муди, который придумал систему буквенных обозначений, позволявших моментально оценить перспективы и риски вложения денег. Этой системой мир пользуется и по сей день.



## ЧТО ТАКОЕ КРЕДИТНЫЕ РЕЙТИНГИ

Кредитный рейтинг – это независимая оценка рейтинговым агентством кредитоспособности эмитента, на основе которой участники рынка могут принимать обоснованные финансовые решения. Инвесторы могут использовать кредитные рейтинги при покупке облигаций или осуществлении других инвестиций с фиксированным дохо-



дом. Любой заемщик, пришедший на Уолл-стрит, должен получить свой рейтинг.

Рейтинги могут отражать кредитное качество того или иного долгового обязательства, например корпоративных или муниципальных облигаций, а также относительную вероятность дефолта по таким обязательствам.

Причины изменения рейтингов многообразны. Одни связаны с общими переменными в экономике и деловой среде, другие носят более узкий характер и определяются обстоятельствами, затрагивающими конкретную отрасль, организацию или выпуск долговых обязательств.

Кредитные рейтинги могут присваиваться эмитенту (правительству страны, региональным и местным органам власти, корпорациям, финансовым институтам, страховым компаниям, фондам) или отдельному долговому обязательству.

Каждое рейтинговое агентство применяет собственную методологию оценки кредитоспособности и выражает результат этого измерения с помощью особой рейтинговой шкалы. Обычно используется буквенная шкала, которая позволяет показать рейтинги, отражающие мнение агентства об относительном уровне кредитного риска в диапазоне, например, от «AAA» до «D».

### STANDARD & POOR'S

Международное рейтинговое агентство Standard & Poor's (S&P) – старейшее в мире. S&P – дочерняя компания корпорации McGraw-Hill Companies, занимающаяся аналитическими исследованиями финансового рынка. В качестве международного рейтингового агентства S&P занимается присвоением краткосрочных и долгосрочных кредитных рейтингов.

Агентство работает в 23 странах мира.

Индексы S&P используются инвесторами во всем мире для оценки эффективности инвестиций, а также в качестве базы для широкого круга финансовых инструментов.

Кредитный рейтинг эмитента по международной шкале Standard & Poor's выражает текущее мнение об общей кредитоспособности эмитента долговых обязательств, его способности и намерении своевременно и полностью выполнять свои долговые обязательства.

Рейтинг финансовой устойчивости выражает мнение Standard & Poor's о возможности страховой компании платить по её полисам и контрактам в соответствии с их условиями.

Долгосрочные рейтинги варьируются от наивысшей категории – «AAA» до самой низкой – «D». Рейтинги в интервале от «AA» до «CCC» могут быть дополнены знаком «плюс» или «минус», обозначающими промежуточные рейтинговые категории.

Помимо долгосрочных рейтингов у Standard & Poor's имеются специальные определения рейтингов привилегированных акций, фондов денежного рынка, паевых облигационных фондов, платежеспособности страховых компаний и компаний, работающих с производными инструментами.

Прогноз рейтинга показывает возможное направление движения рейтинга в ближайшие два-три года: позитивный означает, что рейтинг может повыситься; негативный – рейтинг может понизиться; стабильный – изменение маловероятно; развивающийся – возможно повышение или понижение рейтинга.

В мире насчитывается более 100 рейтинговых агентств. К наиболее известным относятся: Standard & Poor's, Moody's и Fitch Ratings – так называемая большая тройка.



«Сегодня есть две силы, не имеющие себе равных, на мой взгляд. Это США и система рейтинга облигаций Moody's. Соединенные Штаты могут уничтожить вас бомбежкой, а Moody's может покончить с вами путем понижения рейтинга облигаций. И, поверьте мне, еще не ясно, кто из них обладает большей силой». (Томас Фридман, журналист)







## Генри Варнум Пур (1812–1905), основатель компании Standard & Poor's.

Генри Варнум Пур родился в Эндовере, штат Мэн (США). Он первым из всей семьи поступил в университет и в 1835 г. окончил Боудин-колледж, один из самых старых колледжей Новой Англии. В 1860 г. Генри Пур опубликовал справочник «История железных дорог и каналов Соединенных Штатов», попытавшись собрать полную информацию о финансовом и эксплуатационном состоянии железнодорожных компаний США. В 1867 г. вместе с сыном, Генри Уильямом Пуром, он создал компанию H.V. and H.W. Poor Co., которая стала выпускать «Справочник по железным дорогам Соединенных Штатов», в подробностях информирующий о состоянии дел в индустрии. Всего за пару месяцев Пуры продали 2,5 тыс. экземпляров толщиной в 442 страницы по 5 долл. за штуку. Справочник стал незаменимым помощником для американских инвесторов. Всемирно известное рейтинговое агентство Standard & Poor's считает публикацию этого справочника началом своей истории. Свое нынешнее название – Standard & Poor's Corp. – компания получила в 1941 г., когда объединилась с компанией Standard Statistics Bureau, создав крупнейшее рейтинговое агентство мира.

(По материалам Peoples.ru)



В последние годы репутация S&P (как, впрочем, и других рейтинговых агентств) оказалась серьезно подпорчена в связи с исследованием причин ипотечного и финансового кризиса в США в начале 2000-х гг. Корни этого кризиса доверия к рейтинговому агентству надо искать в 70-х годах прошлого века. Тогда S&P резко поменяло стиль бизнеса: рейтинги теперь продавались не инвесторам в виде пятидолларовых брошюр, как это было поначалу, а самим эмитентам ценных бумаг. И совсем за другие деньги. Иными словами, прибыль компании стала зависеть от банков, страховщиков и других игроков с Уолл-стрит. С одной стороны, это резко увеличило прибыль. С другой – создало плодородную почву для коррупции. Фактически рейтингование превратилось в сбор дани с эмитентов.

Тогда же, в 1970-х, S&P впервые стало оценивать ипотечные облигации, оно считается одним из основателей сложных финансовых инструментов. В профессиональных кругах стали поговаривать, что миром правят три организации – ФРС, которая выпускает деньги в обращение, Goldman Sachs, который зарабатывает, и Standard & Poor's, который гарантирует, что первые два игрока не обманывают инвесторов.

Этот старый конфликт интересов как раз и привел к тому, что S&P вместе с другими рейтинговыми агентствами обвинили в использовании ипотечного бума 2000-х для получения баснословных прибылей. Схема оказалась простой: банки платят агентствам и просят поставить их инвестиционному продукту максимальный рейтинг – «AAA». Те, в свою очередь, в случае отказа могут лишиться богатого клиента и потерять бизнес. Выход – брать деньги и молча клеить «золотые ярлыки». Именно это пыталась доказать комиссия Сената США по расследованию причин мирового финансового кризиса. Естественно, в S&P и прочих компаниях-фигурантах все отрицают.

## Пол КРУГМАН, нобелевский лауреат по экономике:

– Очень удобно притворяться, что финансовый кризис породили случайные ошибки. Но это не так. По большей части нынешняя катастрофа стала результатом коррумпированности системы. И рейтинговые агентства стали важным звеном в этой коррупции.

Методика Moody's имеет важное отличие от методик S&P и Fitch. Основным событием, вероятность которого показывает рейтинг Moody's, является не сам дефолт, а тот факт, что инвесторы понесут потери при его наступлении.

### MOODY'S

Международное рейтинговое агентство Moody's присваивает рейтинги и публикует независимые заключения о кредитоспособности эмитентов и кредитном качестве выпускаемых ими ценных бумаг.

Moody's присваивает рейтинги долговым обязательствам банков, корпораций, страховых компаний, фондов доверительного управления, региональных и местных администраций, государств. Компания проводит анализ по рынкам капитала более 110 государств.

Для оценки облигаций Moody's использует две различные рейтинговые системы, или шкалы. Одна из них – глобальная (международная) шкала Moody's (Moody's Global Scale) – используется для присвоения рейтингов нефинансовым и финансовым организациям, суверенным и субсуверенным эмитентам, а также ценным бумагам структурированного финансирования. Глобальная шкала устанавливает соответствие между различными рейтинговыми категориями и относительными уровнями математического ожидания потерь в различные по продолжительности промежутки времени.

### Корпорация Moody's основана в США в 1909 г.

Математическое ожидание потерь включает в себя оценку вероятности дефолта и ожидание потерь при дефолте.

По замыслу агентства Moody's, математическое ожидание потерь, ассоциируемое с конкретным рейтинговым символом и определенным периодом времени, должно быть одинаковым для всех долговых обязательств и эмитентов, которым присвоен соответствующий рейтинг по глобальной шкале. Все рейтинговые методологии агентства Moody's, практика присвоения рейтингов и системы их мониторинга направлены на то, чтобы обеспечить согласованность рейтинговых оценок.

Помимо этого, Moody's также присваивает в некоторых юрисдикциях рейтинги по национальной шкале (National Scale Ratings, NSR).

Moody's присваивает международные и национальные рейтинги, которые официально называются рейтингами дефолта эмитента. Рейтинги Moody's имеют ряд особенностей. Категории «D», обозначающей дефолт, не существует. К каждой оценке от «Aa» до «Саа» вместо плюсов и минусов, как у других агентств, добавляются цифры 1, 2 и 3, которые называются модификаторами. Модификатор 1 указывает, что данное обязательство находится в верхней части своей общей рейтинговой категории, 2 – в середине диапазона, а 3 – в нижней части рейтинговой категории. Методика Moody's имеет важное отличие от методик S&P и Fitch. Основным событием, вероятность которого показывает рейтинг Moody's, является не сам дефолт, а тот факт, что инвесторы понесут потери при его наступлении.

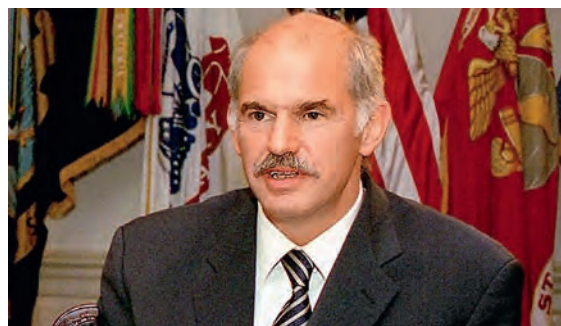


**Джон Муди (1868–1958), основатель рейтингового агентства Moody's.**

Джон Муди родился в многодетной семье в Нью-Джерси, США. Его карьера, как пишет журнал Peoples.ru, началась в 21 год с положения простого банковского мальчика на побегушках. В банке он проработал почти 10 лет, шаг за шагом поднимаясь по карьерной лестнице. Муди добрался до отдела продаж, который затем и возглавил. В 1898-м он организовал свой бизнес, до этого уже создав отдел статистики. Муди поставил перед собой цель: по мере роста численности публичных компаний собирать статистические данные выпускаемых ими ценных бумаг, а также акций и облигаций. Однако для реализации идеи не хватало средств, из-за чего Джон трудился со статистикой по ночам, а днем занимался поиском клиентов-подписчиков. Собрав стартовый капитал, он смог работать без препятствий, и его брошюры, первая из которых вышла в 1900 г., стали пользоваться спросом. В 41 год он основал агентство Moody's Investors Service. Его рейтинговая система позволила находить различия между облигациями, выпущенными 250 железнодорожными компаниями США. Рейтинговая шкала Джона Муди применяется до сих пор практически в неизменном виде.

### Георгиос ПАΠΑΝΔΡΕУ, премьер-министр Греции в 2009–2011 гг.:

– Так называемые рейтинговые агентства, а не народы и не их избранные правительства пытаются определять нашу судьбу и предписывать будущее для нас и для наших детей.



## FITCH RATINGS

Днем рождения Fitch Ratings можно считать 24 декабря 1913 г., когда в Нью-Йорке было основано издательство Fitch Publishing Company. В 1924 г. Fitch ввело рейтинговую шкалу от «AAA» до «D».

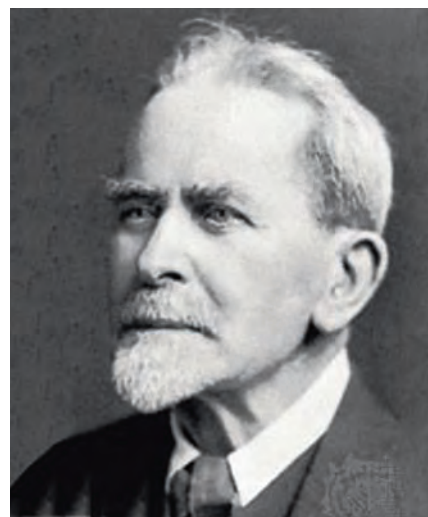
Сегодня Fitch Ratings – это международное рейтинговое агентство, которое предоставляет мировым кредитным рынкам ориентированные на перспективу оценки кредитоспособности, аналитические исследования и данные. Сотрудники Fitch Ratings работают в 50 офисах по всему миру и проводят анализ по рынкам капитала более 150 государств.

Fitch Ratings имеет штаб-квартиры в Нью-Йорке и Лондоне и входит в состав группы Fitch. Мажоритарный пакет акций группы Fitch принадлежит компании Fimalac S.A., штаб-квартира которой расположена в Париже.

Кредитные рейтинги Fitch охватывают корпоративных, суверенных (включая межгосударственные и субнациональные образования), финансовых, банковских и страховых эмитентов, муниципальные и прочие структуры, а также ценные бумаги и другие обязательства, которые выпускают такие эмитенты. Кредитные рейтинги этого агентства представляют собой мнение об относительной способности эмитента выполнять свои финансовые обязательства, такие как выплата процентов, выплата дивидендов по привилегированным акциям, погашение основной суммы долга, урегулирование страховых убытков и выполнение контрагентских обязательств.

Кредитные рейтинги Fitch не оценивают напрямую какие-либо риски, за исключением кредитных рисков. В частности, рейтинги не оценивают риски снижения рыночной стоимости рейтингуемой ценной бумаги вследствие изменения процентных ставок или других рыночных факторов. Однако, что касается обязательств по выплатам по рейтингуемым обязательствам, рыночные риски могут рассматриваться в той степени, в которой это влияет на способность эмитента проводить необходимые выплаты. В дефолтных компонентах рейтингов конкретных обязательств или инструментов агентство, как правило, учитывает вероятность неплатежей или дефолтов исходя из условий документации данного инструмента.

*Материал подготовлен на основе информации РИА «Новости» и сайта [www.Peoples.ru](http://www.Peoples.ru)*



Джон Ноулз Фитч (1880–1943), основатель компании Fitch Ratings.

Fitch Ratings – международное рейтинговое агентство, основанное в США в 1913 г.

**Backstage**  
РЕСТОРАН

Бизнес ланч с 12<sup>00</sup> до 16<sup>00</sup>

CROCUS CITY HALL, 4 ЭТАЖ | 12:00 – 00:00  
ТЕЛ.: +7 495 727 16 36, WWW.BACKSTAGEREST.RU | Е Ж Е Д Н Е В Н О

Реклама



## Новая банкетная площадка на территории Крокус Экспо



Реклама



*Sucree*

Банкейт

### КЕЙТЕРИНГОВАЯ СЛУЖБА

Организация фуршетов, банкетов, кофе-брейков

Тел.: +7-925-544-70-45; +7-925-508-60-06

[www.gg-g.ru](http://www.gg-g.ru)

# НЕ ОТСТАВАЯ

Для современного мира рейтинги платежеспособности компаний и государств – один из наиболее мощных рычагов управления мировой экономикой. Оценки влиятельных рейтинговых агентств могут повергнуть биржи в хаос или, напротив, успокоить волнение.

Российские рейтинговые агентства (РА) вынуждены конкурировать с такими международными «монстрами», как Standard & Poor's или Moody's, – более опытными и влиятельными. Однако у российских рейтинговых компаний есть ряд преимуществ, делающих их более заметными игроками на внутреннем рынке. Услуги российских рейтинговых агентств на порядок дешевле, а выполнение этих услуг происходит намного быстрее. Оперативность – главное достоинство российских РА. Они видят ситуацию изнутри и могут быстрее реагировать на происходящее в стране и в российских компаниях. Кроме того, российские рейтинговые агентства предоставляют ряд дополнительных сервисов, например ренкинги – услуги по оценке объемов средств или объемов проводимых операций и т.д.

На данный момент в России официальную аккредитацию Минфина имеют 8 рейтинговых агентств. Из них три иностранных (Standard & Poor's, Moody's и Fitch Rating), одно совместное предприятие (Moody's Interfax Rating Agency – MIRA) и четыре российских («Эксперт РА», Национальное рейтинговое агентство, АК&М и RusRating).



Рейтинговое агентство «Эксперт РА» (RAEX) было создано на основе медиахолдинга «Эксперт» в 1997 г. Сейчас оно является самым влиятельным российским агентством. С 2002 г. оно работает в консорциуме с АК&М. К настоящему моменту агентством присвоено более 800 рейтингов, это около 45% всех рейтингов в России. Компания сильно разрослась, и с 2014 г. холдинг изменил структуру своей деятельности. С июня прошлого года «Эксперт РА» работает под брендом РАЭК (RAEX) – международная группа РАЭК («Международная группа рейтинговых агентств "Эксперт РА"»), в которую входят также несколько представительств (рейтинговые и консалтинговые услуги) в России, Германии, Казахстане, Белоруссии, Китае.



По информации агентства ТАСС, в Государственную Думу внесен законопроект, который устанавливает правовые основы деятельности рейтинговых агентств. В том числе предусматривается их аккредитация Центральным банком. Хотя формально ЦБ с 1 сентября 2013 г. контролирует деятельность рейтинговых агентств, работающих на территории России, фактически рейтинговые агентства остаются вне российского регулирования и контроля из-за отсутствия необходимых механизмов. В свою очередь Минфин предложил наделить ЦБ правом утверждать реестр аккредитованных рейтинговых агентств, проводить проверки их деятельности и устанавливать правила их функционирования. Это позволит ЦБ отчасти контролировать деятельность рейтинговых агентств.

# ОТ ЛИДЕРОВ

В России деятельность группы РАЭК представлена двумя рейтинговыми агентствами: Рейтинговое агентство «Эксперт РА» и рейтинговое агентство РАЭК, которое наряду с рейтинговой деятельностью оказывает услуги по организации мероприятий и консалтингу. Немецкое подразделение группы Rating-Agentur Expert RA GmbH подало заявку на аккредитацию европейского фондового регулятора ESMA, получить которую поможет в том числе и новая форма организации компании.

Агентство, в частности, готовит следующие рейтинги: классические кредитные рейтинги компаний в разных сферах экономики; рейтинги российских регионов и муниципальных образований; рейтинги социальной ответственности компаний. Готовит и публикует списки крупнейших компаний, лидеров в разных сферах экономики: «Эксперт-400» – ежегодный рейтинг крупнейших российских компаний (выпускается более 10 лет и сейчас считается самым репрезентативным списком в стране); рейтинги банков, страховых и лизинговых компаний, негосударственных фондов и компаний, например рейтинг негосударственных пенсионных фондов; рейтинги российских вузов; рэнкинги (базы данных) в различных сферах.



Группа компаний «Национальное рейтинговое агентство» (НРА) была основана в 2002 г. как проект Национальной ассоциации участников фондового рынка (НАУФОР) под названием «Рейтинги

В России официальную аккредитацию Минфина имеют 8 рейтинговых агентств. Из них три иностранных, одно совместное предприятие и четыре российских.

профучастников фондового рынка». Два года спустя, в 2004 г., на базе информационно-аналитического управления НАУФОР было решено запустить рейтинговое агентство, которое в 2006 г. приняло официальное название ООО «Национальное рейтинговое агентство» (НРА), под которым и известно на данный момент всем участникам рынка. В 2007 г. НРА получило аккредитацию Национальной Фондовой Ассоциации, а в 2008 г. Банк России включил НРА в перечень агентств, рейтинги которых применяются при оценке кредитоспособности банков и иных кредитных организаций. С 2010 г. Национальное рейтинговое агентство имеет аккредитацию Министерства финансов РФ. В 2011 г. НРА вошло в число участников Европейской ассоциации рейтинговых агентств (EACRA), а в прошлом году открыло представительство в Австрии – NRA International GmbH.

В настоящее время организация использует два типа рейтингов – дистанционные и индивидуальные. Для составления дистанционных рейтингов используются показатели ежеквартальной отчётности компаний. Составление индивидуальных рейтингов основано на специальной модели анализа, разработанной агентством для каждой отрасли в отдельности.

Агентство, в частности, готовит рейтинг качества систем риск-менеджмента, рейтинг финансовой устойчивости банков, Барометр банковской ликвидности, рейтинг государственного управления лесами в субъектах РФ (совместно с Всемирным фондом дикой природы WWF), а также ряд других.

Центробанк заявил о необходимости ликвидировать законодательные пробелы в сфере работы рейтинговых агентств в России для повышения доверия к ним у инвесторов. По сообщению агентства РИА, первый зампред ЦБ Ксения Юдаева заявила: «Думаю, что сейчас пора наводить порядок в сфере российских рейтинговых агентств... Нам нужно развивать рейтинговые агентства, которые бы пользовались доверием у инвесторов». По ее словам, сейчас в законодательстве есть пробелы в этой сфере.





Рейтинговое агентство АК&М («Анализ, консультации и маркетинг») основано в 1994 г. на базе рейтингового центра Информационного агентства АК&М. В том же году агентством был опубликован первый Рейтинг участников рынка ценных бумаг. Присвоение классических кредитных рейтингов компаниям, банкам и регионам стало основным направлением деятельности агентства с 2002 г., тогда же агентство вошло в консорциум с РА «Эксперт». В 2005 г. организация была преобразована в ЗАО «Рейтинговое агентство АК&М» как дочерняя компания ЗАО «АК&М». В феврале 2008 г. агентство присоединилось к Кодексу профессиональной этики российских рейтинговых агентств, в разработке которого принимало непосредственное участие. В конце того же года Банк России включил АК&М в перечень национальных рейтинговых агентств, рейтинги которых применяются для оценки кредитоспособности банков, а в сентябре 2010 г. компания получила аккредитацию Минфина РФ. Основным направлением деятельности агентства является присвоение рейтингов различным объектам и компаниям, проведение аналитических исследований и работа по доведению до сведения участников рынка и регулирующих органов объективной информации о характеристиках экономических субъектов и финансовых активов. В том же году Фондовая биржа ММВБ стала пользоваться рейтингами агентства, чтобы осуществлять допуск к режимам торгов ММВБ+. Рейтинги агентства АК&М признаны также госкорпорацией «Внешэкономбанк» в качестве одного из требований к коммерческим банкам для получения субординированных кредитов от ВЭБа.

**Оперативность – главное достоинство российских рейтинговых агентств.**



Рейтинговое агентство «Рус-Рейтинг» (RusRating) основано в 2001 г. экс-сотрудником представительства Thomson Bank Watch в Москве британцем Ричардом Хейнсвортом, который возглавлял агентство до 2012 г.

С момента своего создания агентство специализировалось на банковском секторе. В настоящее время РА «Рус-Рейтинг» присвоило и поддерживает 179 рейтингов, в том числе рейтинги 51 российского банка, 18 российских и иностранных

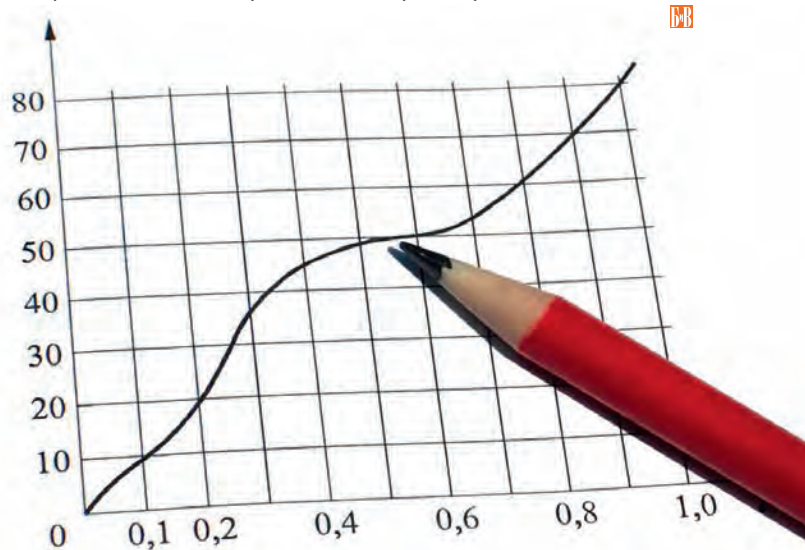
**Услуги российских рейтинговых агентств на порядок дешевле, чем иностранных, а предоставляются эти услуги намного быстрее.**

компаний, одного закрытого паевого инвестиционного фонда, 118 выпусков рублевых облигаций. Кроме того, агентство предоставляет аналитические услуги, ежегодно выпуская тематические обзоры банковского сектора. В 2008 г. «Рус-Рейтинг» стало одним из первых рейтинговых агентств, аккредитованных при СРО «Национальная фондовая ассоциация». В 2010 г. «Рус-Рейтинг» был аккредитован Министерством финансов РФ, а с 2011 г. является членом Европейской ассоциации кредитных рейтинговых агентств (EACRA). Специфика рейтингов агентства – в анализе публичной информации, поэтому они, с одной стороны, не выглядят классическими кредитными рейтингами, с другой стороны, демонстрируют особый подход к оценке финансовой устойчивости компаний. Компания присуждает рейтинги банкам, промышленным и лизинговым компаниям; оказывает услуги по присуждению рейтинга, в рамках которых банк получает отчеты об изменениях в его деятельности и финансовом состоянии; готовит аналитические исследования и обзоры банковского сектора, например «Российские банки в розничном бизнесе», «Российские банки на рынке корпоративных облигаций» и т.д.

## MOODY'S Interfax Rating Agency

Рейтинговое агентство Moody's Interfax Rating Agency (MIRA) было создано как совместное предприятие на базе РА «Интерфакс», организованного в 1997 г., и агентства Moody's Investors Service. С ноября 2003 г. Moody's является акционером российского агентства и на данный момент владеет 51% акций (группа «Интерфакс» – 49%). Национальная шкала рейтинга MIRA такая же, как и у американской компании, с прибавкой окончания .ru в конце, например «AAA.ru». В 2008 г. число присвоенных и опубликованных MIRA рейтингов превысило 150. Помимо классических кредитных рейтингов агентство публикует свои мнения о кредитоспособности эмитентов (в том числе и потенциальной), занимающих ведущее место на национальном рынке, а также аналитику и комментарии.

Услуги MIRA используют российские финансовые институты, предприятия нефинансового сектора и администрации регионов РФ.



# ТВОЙ ДОМ

всё лучшее в нём

**24 ЧАСА**

[tvoydom.ru](http://tvoydom.ru)

Присоединяйтесь!



# Всё для комфортного летнего отдыха

САДОВАЯ МЕБЕЛЬ | ТЕХНИКА | ДЕКОРАТИВНЫЕ РАСТЕНИЯ | БАССЕЙНЫ

АО «КРОКУС», ОГРН 1027700257023, юридический адрес: 143402, Московская область, г. Красногорск, ул. Международная д.18.



# ВЕРИТЬ, НЕ ВЕРИТЬ?



Руководитель Экономической экспертной группы, президент Ассоциации независимых центров экономического анализа Евсей ГУРВИЧ с 1996 г. занимался подготовкой материалов для получения Россией суверенного кредитного рейтинга. Он рассказывает о том, как присваиваются кредитные рейтинги.

Суверенный рейтинг, присваиваемый ведущими международными рейтинговыми агентствами, распространяется на облигации, которые выпускает та или иная страна. Россия выпустила первые еврооблигации в 1996 г., это были шаги нашей страны в сторону интеграции и глобализации.

Как правило, рейтинги всех компаний, банков данной страны не бывают выше, чем суверенный рейтинг. То есть суверенный рейтинг является своего рода потолком для данной страны. Именно поэтому инвесторы, оценивая надежность своих вложений, ориентируются на такой рейтинг.

В случае, если государству присваивается так называемый спекулятивный рейтинг, или на профессиональном жаргоне «мусорный», наиболее консервативные компании, в частности пенсионные фонды, не имеют права покупать облигации в «мусорном» диапазоне. Другими словами, такая страна «вылетает» из портфелей большого количества компаний.

Таким образом, рейтинговые агентства дают некие сигналы для инвесторов, но они не являются абсолютной истиной. Как показывают последние события на мировых рынках, агентства зачастую перестраховываются, понижая суверенные рейтинги. В других случаях они присваивают банкам или компаниям высокие рейтинги, не учитывая реального положения дел.

Присваивая рейтинги, агентства работают в контакте с эмитентом. Они просят представить те или иные документы, материалы, иногда закрытого характера. Эти материалы показывают реальное экономическое и финансовое положение эмитента, его конкурентоспособность и т.д. Представители агентств

посещают страну, встречаются как с представителями правительств, банков и компаний, так и с независимыми экспертами и аналитиками. Они тщательно анализируют макроэкономические показатели страны, её макроэкономическую стабильность, то есть дефицитный ли бюджет или сбалансированный; есть ли дефицит или профицит по внешнему счету; каковы золотовалютные резервы, увеличиваются они или сокращаются. Другими словами, наличие или отсутствие запаса прочности, а также вектор, направление экономической политики.

Понятно, однако, что на основе одних и тех же материалов можно сделать разные выводы. В некоторой степени это неформальный процесс, но важно то, что для инвесторов эти выводы имеют значение.

Вместе с тем одной из серьезных проблем рейтинговых агентств является то, что они работают по договорам с эмитентами. То есть по сути сам эмитент, банк, компания или государство оплачивает работу агентства. И здесь возможны ошибки, как показал кризис 2008 г. Получая деньги от эмитента, особенно если это крупная страховая компания или банк, у агентства есть соблазн приукрасить рейтинг, чтобы не потерять клиента.

Неудивительно поэтому, что периодически возникают идеи создать собственное рейтинговое агентство. Это несложно, но важно, чтобы кто-то обращал на него внимание.





Реклама

*Больше, чем просто выставки*

---

*МОСКВА*

*8 (495) 995-05-95 • [www.sokolniki.com](http://www.sokolniki.com)*

# РОССИЯ – КИТАЙ:

В ответ на усиливающееся давление «большой тройки» рейтинговых агентств Россия и Китай сформируют альтернативное рейтинговое пространство. Как обещают, оно будет работать по новым методологиям, свободным от политики, с учетом интересов не только государств-заемщиков, но и стран-кредиторов.

Три рейтинговых агентства – «Рус-Рейтинг» (Россия), Dagong Global Credit Rating (Китай) и Egan-Jones Ratings Company (США) – учредили новую структуру со штаб-квартирой в Гонконге. Новое китайско-российско-американское рейтинговое агентство Universal Credit Rating Group (UCRG) в июле 2015 г. планирует получить лицензию в России, что позволит присваивать первые рейтинги российским и китайским компаниям уже в 2015 г. Об этом сообщил генеральный директор компании «Рус-Рейтинг» Александр Зайцев. Эти рейтинги станут альтернативой данным «большой тройки» западных агентств – Moody's, S&P и Fitch. UCRG презентовало себя как структуру, учитывающую интересы всего мирового сообщества, а не отдельных государств или групп. «Для ускорения процесса формирования именно российско-китайского единого пространства возможно будет получение еще одной лицензии на территории России или использование лицензии "Рус-Рейтинга"», – сказал А.Зайцев. Это даст, по его словам, возможность приступить к присвоению первых рейтингов российским компаниям уже в этом году, возможно, даже к концу первого полугодия.

**Ставится задача сделать новое агентство независимым, объективным и беспристрастным.**

Основным принципом деятельности UCRG будет неангажированность, неаффилированность ни с одним государством, ни с одной корпорацией, ни с одним рейтинговым агентством, пообещал генеральный директор «Рус-Рейтинга». Он добавил, что для продвижения деятельности UCRG в России планируется принятие закона «О рейтинговых агентствах», который недавно внесен в Госдуму. Целью создания UCRG является присвоение рейтингов с помощью новой методологии, которая позволит избежать политической окраски. Со временем в состав агентства планируется включить еще около 40 стран.

Весьма позитивно рассматривает перспективы нового агентства и президент китайского рейтингового агентства Dagong Global Credit Rating Гуань Цзяньчжун. В интервью газете «Вести экономики» он рассказал, что ставится задача сделать новое агентство независимым, объективным и беспристрастным, его работу предполагается построить на основе новых методологий, которыми будут учитываться не только интересы государств-заемщиков, но и стран-кредиторов.



Компания UCRG создана в 2012 г. в качестве партнерства между китайским рейтинговым агентством Dagong, российским «Рус-Рейтинг» и американским Egan-Jones. Наблюдательный совет агентства возглавляет бывший премьер-министр Франции Доминик де Вильпен.

# РЕЙТИНГ НАВЕК

По словам Г.Цзяньчжуна, новая структура призвана составить конкуренцию «большой тройке» американских агентств, оценки которой нередко оказываются необоснованными, как показал кризис 2008 г., или же излишне политизированными, как это произошло со снижением суверенного рейтинга России. Президент китайского рейтингового агентства признал, что кредитоспособность российского государства оказалась под определенным воздействием в связи с санкциями США и Евросоюза, однако эта проблема не представляется непреодолимой, в том числе и в части источников погашения долга. А потому Dagong не стал менять кредитный рейтинг России.

**Новая структура призвана составить конкуренцию «большой тройке» американских агентств, оценки которой нередко оказываются необоснованными.**

Гуань Цзяньчжун указал на явные несообразности в присвоении рейтингов ведущими мировыми агентствами. Так, рейтинг компании «Газпром» был понижен вслед за суверенным рейтингом России, хотя эта компания продолжает занимать лидирующие места на мировом рынке. Рейтинг Китая, который является одним из главных мировых кредиторов, был снижен после 2011 г., так что в результате он оказался хуже, чем у США – крупнейшего мирового заемщика. В новом рейтинговом агентстве благодаря новым методологическим разработкам подобные несообразности предполагается устранить.

Коренное отличие UCRG от американской «большой тройки» заключается в его независимости. Новое рейтинговое агентство будет учитывать интересы всего мирового сообщества, а не отдельных государств или групп. «Такова природа и позиция UCRG», – подчеркнул Цзяньчжун. Касаясь критериев оценок, эксперт пояснил, что UCRG устанавливает единые международные стандарты и уже с их помощью оценивает кредитные риски для разных стран и должников. Поэтому кредитные рейтинги каждой страны станут более универсальными. Это положительно скажется на движении капитала по всему миру, считает глава китайской компании. Таким образом, это будет агентство, которое в своих оценках не будет исходить из интересов одной страны. «Что касается “большой тройки”, она представляет интересы только крупнейшего государства-должника – США», – считает эксперт. По его мнению, к США применяются одни критерии, а к остальным странам совершенно другие. Поэтому при использовании их оценок невозможно обеспечить рациональное движение капитала по всему миру: все финансы потекут к Америке и другим странам-должникам с развитой экономикой.



**Рейтинговая компания Dagong Global Credit Rating** создана в 1994 г. по решению Народного банка Китая и Департамента экономики и торговли КНР. Слово «dagong» является частью четырехзначного иероглифа, которое может быть переведено как «справедливый», «беспристрастный», «непредвзятый». В 2009 г. рейтинговая компания заключила договор о сотрудничестве с информационным агентством «Синьхуа». В 2010 г. США отказали агентству Dagong в аккредитации на основании того, что китайская структура не имеет возможности контролировать транснациональные корпорации. В 2013 г. оно было официально признано Европейской организацией по ценным бумагам и рынкам. Dagong оказывает услуги более чем 5,5 тыс. клиентов в год.



**Egan-Jones Ratings Company** – независимое американское рейтинговое агентство, образованное в 1995 г. Шоном Иганом и Брюсом Джонсом. Egan-Jones позиционирует себя как единственное среди национально признанных агентств (компания получила этот статус в декабре 2007 г.), которое финансируют исключительно его инвесторы. Таким образом исключается потенциальный конфликт интересов при присвоении кредитных рейтингов.



## Выставки, конгрессы,



### MIPIM JAPAN

С 20 по 21 мая в отеле Prince Park Hotel в Токио прошла одна из самых популярных выставок-форумов недвижимости MIPIM Japan. Среди 2 тыс. делегатов форума были 32 крупные японские компании, представители местных органов власти, архитекторы, застройщики. Выставка, организованная компанией Reed MIDEM, заняла 1 тыс. кв. м. Мероприятие объединило владельцев недвижимости и финансовых специалистов из сферы офисной, торговой, инфраструктурной, жилой и туристической недвижимости.

[www.reedexpo.com](http://www.reedexpo.com)



### MCI GROUP

Международная компания MCI Group объявила о приобретении канадского выставочного агентства Event Spectrum Inc. Канадское подразделение компании MCI Canada уже показало себя одним из лучших организаторов деловых мероприятий. Приобретение профессиональной выставочной компании Event Spectrum Inc. поможет MCI Canada укрепить свою репутацию в сфере организации профессиональных бизнес-событий. Это приобретение также будет способствовать расширению присутствия компании на североамериканском рынке. Для этой же цели компания MCI Group недавно приобрела американскую компанию Coulter Companies, которая занимается организацией некоммерческих мероприятий в сфере культуры и бизнеса.

<http://mci-group.com/en>



### ITE

Международная выставочная компания ITE объявила о том, что она приобрела у консалтинговой компании GPP Energy Advisors Limited долю в 50,1% в бизнесе по проведению серии выставок и конференций в нефтегазовой отрасли, включая выставки Africa Oil Week/Africa Upstream и серии связанных с ней событий. Сделка включает в себя опцион на приобретение оставшейся доли в будущем. Это приобретение пополняет портфель выставок компании ITE в сфере нефти и газа. Следующая, 22-я, выставка Africa Oil Week пройдет в Кейптауне с 26 по 30 октября 2015 г.

[www.ite-exhibitions.com](http://www.ite-exhibitions.com)

### Tarsus

### TARSUS GROUP

Британская компания Tarsus Group объявила о финансовых результатах за 2014 г. Оборот компании составил 60,6 млн ф.ст., прибыль до налогообложения – 17 млн ф.ст. Управляющий директор компании Дуглас Эмсли так прокомментировал эти результаты: «Стратегия ускоренного роста компании получила свое развитие в 2014 г. Число посетителей возросло на 6%, и наши основные выставки показали хорошие результаты. Показатели бронирования на 2015 г. сильны по всем направлениям, а на две наши крупнейшие выставки – Labelxpo Europe и Dubai Airshow – опережают показатели предыдущих лет».

[www.ite-exhibitions.com](http://www.ite-exhibitions.com)



### 100% DESIGN SOUTH AFRICA

Самые яркие таланты и последние тенденции в мире дизайна будут представлены на выставке 100% Design South Africa–2015. Выставка пройдет в Йоханнесбурге в 6 по 10 августа этого года. 100% Design South Africa – это платформа для местных и международных дизайнеров, которые хотят представить бизнесу и потребителям свои последние коллекции. Выставка пройдет в выставочно-конгрессном центре Gallagher Convention Centre.

<http://www.100percentdesign.co>

# форумы



## ЦЕНТР ИССЛЕДОВАНИЯ ВЫСТАВОЧНОЙ ИНДУСТРИИ (CEIR)

Центр исследования выставочной индустрии (CEIR) анонсировал выход своего последнего доклада «Оправданность маркетинговых расходов». Это исследование посвящено анализу маркетинговых расходов всех выставочных компаний B2B-профиля во всех сферах выставочного бизнеса. Отчет предоставляет участникам полезный инструмент для определения эффективности маркетинговых расходов, соответствия их отраслевым нормам, целей и критериев успеха. В среднем организации, участвующие в B2B-выставках, выделяют на них более 40% своего маркетингового бюджета.

[www.ceir.org](http://www.ceir.org)



## ABACE-2015

Выставка-конференция Asian Business Aviation Conference & Exhibition (ABACE), посвященная бизнес-авиации, представляет интерес для поставщиков товаров и услуг для деловой авиации, бизнесменов, пользующихся этими услугами, и всеми желающими использовать самолет для деловых целей. ABACE-2015, которая проходила с 14 по 16 апреля 2015 г. в Шанхае, собрала 150 экспонентов, что сделало выставку важным событием для всех, кто интересуется деловой авиацией в Азиатско-Тихоокеанском регионе.

<http://www.expodatabase.com>



## MESSE FRANKFURT, ITE

Немецкая компания Messe Frankfurt через свое российское дочернее предприятие «Messe Frankfurt РУС» и российские подразделения группы компаний ITE приобрели каждое по 50% в выставках Comtrans и Autotrans. Это две ведущие в России выставки коммерческого автотранспорта, автобусов и специальных транспортных средств, которые проводила компания Media Globe поочередно по нечетным и четным годам. После завершения всех формальностей новый организатор будет работать под названием ITEMF Expo. В сентябре 2013 г. в выставке Comtrans приняли участие 447 экспонентов и более 25 тыс. посетителей. На выставке Autotrans-2014 свои экспозиции представили 160 компаний-участников, её посетили 4,9 тыс. человек. Следующая выставка Comtrans пройдет с 8 по 12 сентября 2015 г. в МВЦ «Крокус Экспо».

[www.ru.messefrankfurt.com](http://www.ru.messefrankfurt.com)



## ECO EXPO ASIA

Выставка, посвященная всем аспектам защиты окружающей среды, Eco Expo Asia пройдет в выставочном центре AsiaWorld-Expo в Гонконге уже в 10-й раз. Эксперты и представители компаний, занимающихся экологическим бизнесом, соберутся в Гонконге с 28 по 31 октября 2015 г. В прошлом году в выставке Eco Expo Asia приняли участие 308 экспонентов из 22 стран и регионов мира, выставку посетили 10,8 тыс. гостей.

<http://www.ecoexpoasia.com>

*Подготовлено по материалам бюллетеня Всемирной ассоциации выставочной индустрии UFI Exhibition HTML. – Newsletter, № 5, 9, 10 за февраль-март 2015 г., а также по материалам сайта <http://www.expodatabase.com>*

# «Крокус Экспо»:



## RosUpack

Упаковка – это всегда лицо товара. На упаковке нельзя экономить: потеряешь и клиента, и поставщика. Поэтому международная выставка RosUpack – одна из самых известных и востребованных выставок компании МВК. С 16 по 19 июня выставка пройдет в 20-й раз. RosUpack – единственная в России выставка, на которой представлен весь процесс упаковочного производства. На одной площадке встретятся ведущие производители и поставщики упаковочного, фасовочного, этикетировочного оборудования, производители готовой упаковки и сырья для её производства.



## HeliRussia

В МВЦ «Крокус Экспо» ежегодно проходит международная выставка вертолётной индустрии HeliRussia. Этой весной она состоится 21–23 мая. За три дня российские и зарубежные компании успеют продемонстрировать все мировые достижения, а также продукцию и услуги российской вертолётной индустрии – от проектирования и производства до эксплуатации. HeliRussia может послужить отличной стартовой площадкой для расширения бизнеса в сфере вертолётной индустрии. Это особенно актуально сегодня, когда организатор выставки, компания «Русские Вертолётные Системы», совместно с Ассоциацией вертолётной индустрии и городскими властями намерены наладить сеть вертолётных площадок и выступить с законодательными инициативами разрешения коммерческих полётов в черте Москвы.

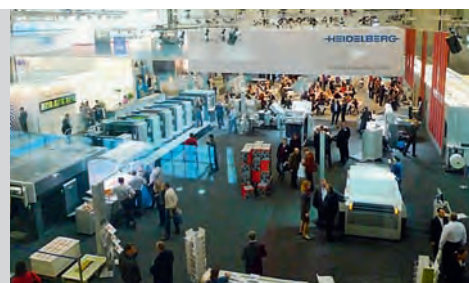
## «Строительная Техника и Технологии / СТТ»

В 2015 г. главные игроки рынка строительной техники готовятся к значительному обострению конкуренции и к жесткой борьбе за каждого клиента. В условиях кризиса и повышения цен выставка «Строительная Техника и Технологии/ СТТ» – визитная карточка компании Media Globe, поможет верно оценить свои возможности в новых реалиях. В этом году выставка пройдет с 2 по 6 июня. СТТ традиционно занимает два павильона и значительную часть открытых площадей – всего более 130 тыс. кв. м. Компания Media Globe постаралась, чтобы экспозиция охватила все основные направления строительства, включая дорожное строительство, буровые и горно-проходческие работы, оборудование для бетонных работ, подъёмное оборудование, краны, экскаваторы, погрузчики и многое другое.



## Printech

Выставка Printech состоится в этом году впервые. Она «выделилась» из выставки RosUpack и пройдет в те же дни – с 16 по 19 июня. Компания МВК подготовила проект, который посвящен оборудованию, технологиям и материалам для различных видов печати и производства рекламных конструкций. Printech – это эффективная бизнес-площадка для увеличения объёма продаж, расширения рынков сбыта, поиска новых клиентов из Москвы, регионов России и стран ближнего зарубежья, укрепления отношений с существующими клиентами.



# день за днем



## «Роспласт. Пластмассы. Оборудование. Изделия»

Выставка «Роспласт. Пластмассы. Оборудование. Изделия» охватила практически все подотрасли и направления, связанные с индустрией пластмасс. Экспозиция представит вниманию профессионалов результаты разработок и исследований в этой области, новейшие виды продукции и оборудования, новые технологии производства и переработки. Это мероприятие органично связано с выставкой пресс-форм и штампов Rosmould и проходит в те же сроки – с 23 по 25 июня. Организатор выставки – компания «Эспо-М-Групп». Актуальность и востребованность выставки определяются духом времени: пластмассы и полимеры – долговечные, прочные и эстетически привлекательные материалы – сейчас занимают производственные ниши, которые прежде удерживались более традиционными материалами.



## «Rosmould/Формы. Пресс-формы. Штампы»

В этом году международная специализированная выставка «Rosmould/Формы. Пресс-формы. Штампы» празднует 10-летний юбилей и будет посвящена развитию технологии 3D-сканирования и 3D-печати. Эти разработки являются самым большим прорывом в современной индустрии пресс-форм. Каждый год на выставке Rosmould представляют последние достижения в одной из наиболее значимых областей проектирования и дизайна изделий, оборудования для прототипирования, производства форм, пресс-форм и штампов. Выставка пройдет с 23 по 25 июня. Организатор мероприятия, компания «Эспо-М-Групп», уверена, что выставка и в дальнейшем с той же эффективностью будет выполнять функцию связующего звена между производителями и конечными пользователями молд-технологий.

# MIFS


Московский  
Международный  
Мебельный  
Салон

## Московский Международный Мебельный Салон/MIFS/Rooms Moscow

MIFS/Rooms Moscow–2015 в очередной раз станет масштабной экспозицией, созданной компаниями «Медиа Глоб-Крокус» и Koelnmesse. Сроки проведения выставки – с 19 по 21 мая – выбраны не случайно, они учитывают как программу других мероприятий, так и цикличность производства в отрасли. Для посетителей и участников выставки готовится содержательная деловая программа с множеством специальных отраслевых мероприятий, конференций, семинаров, дискуссий, презентаций и «круглых столов», а также мастер-классы дизайнеров и архитекторов. Это определенно подтвердит лидерскую позицию MIFS/ Rooms Moscow среди весенних мебельных выставок России. Согласно аудиту, в 2014 г. в выставке приняли участие 335 компаний из 17 стран, а общая площадь экспозиции составила 30 тыс. кв. м.



**Медафарм сити**  
Продажа медицинского оборудования



Функциональная диагностика  
ЛОР-оборудование  
Эндоскопия  
Реанимация и стерилизация

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


**Медафарм Studio**  
Веб студия



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

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

**Health Voyage Турагентство**



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

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

реклама



# Кто не мечтал о голубых лагунах...

Туристические выставки дают уникальную возможность прикоснуться к этой мечте. Кто не грезил о белом песке карибских пляжей, бразильском карнавале, Лувре, рыцарских замках и неизведанных уголках Южной Америки? Увы, но побывать везде не в силах никто, разве что Федор Конюхов. Единственная возможность восполнить этот пробел – прийти на туристическую выставку.

Крупнейшие туристические выставки планеты, по которым туроператоры всего мира сверяют свои часы, – это весенняя ITB Berlin и осенняя World Travel Market в Лондоне.

### **ITB BERLIN – ГИГАНТ, ВЫРОСШИЙ ИЗ ЗЕРНЫШКА**

Международная туристская биржа в Берлине (Internationale Tourismus-Börse Berlin) – именно так звучит полное название крупнейшей в мире отраслевой выставки ITB Berlin. Проходит она ежегодно в выставочном центре Messe Berlin. Организатор – хозяин площадки компания Messe Berlin GmbH.

Впервые выставка состоялась в 1966 г., когда в ней приняли участие всего лишь 9 компаний из четырех стран. Год от года выставка росла и крепла: в период 1972–1980 гг. площадь нетто увеличилась с 13,4 тыс. до 52,5 тыс. кв. м. В последние годы наблюдается стабилизация показателей: в 2010–2014 гг. статистика менялась крайне незначительно, видно, расти уже некуда.

По данным аудита ([www.auma.de](http://www.auma.de)), в 2014 г. экспонентами ITB Berlin стали 7328 компаний, из них лишь 1571 – немецкая. Показатель интернациональности (доля зарубежных участников) – 78,6%.

Но самое поразительное – количество и состав представленных стран и территорий – 190. Здесь, в миниатюре, сконцентрирована вся планета, от мировых держав до самых дальних уголков тропического рая, о которых многие даже не

По данным [itb-berlin.de](http://itb-berlin.de), в 2015 г. в выставке ITB Berlin приняли участие 10 тыс. экспонентов из 185 стран, ее осмотрели 23 тыс. обычных посетителей и 50 тыс. профессионалов. Выставка заняла площадь 170 тыс. кв. м, её оборот составил 6,7 млрд евро.





слышали. Так, из Кюрасао приехали 16 экспонентов, Папуа–Новой Гвинеи – 11, Французской Полинезии – 14, Суринама – 10. Были даже 10 компаний из охваченного войной Ирака.

Радует, что и Россия показала себя весьма достойно – 121 экспонент – на уровне Египта (119) и вдвое меньше показателей ОАЭ (207) и Таиланда (204).

Экспозиции заняли все 26 павильонов выставочного центра. В 2014 г. объем арендованной площади нетто достиг 88 тыс. кв. м (брутто – 160 тыс. кв. м), количество посетителей (число зарегистрированных входов) – 171,8 тыс., в том числе зарубежных гостей – 51,9 тыс. Более половины (54%) посетителей – это специалисты туристической отрасли, остальные – любители отдохнуть со вкусом.

Понятно, что при таких масштабах тематика экспозиции самая широкая, практически необъятная. Здесь предлагают все возможные виды туристических услуг – от круизов по Рейну и пляжного отдыха в Полинезии до освоения дикой природы и паломнических туров. Некоторые из разделов весьма необычны, к примеру Gay & Lesbian Travel (вряд ли он когда-нибудь появится на выставке в Москве). Рядом находятся стенды авиакомпаний, гостиниц, экскурсионных бюро, перевозчиков и пр.

По традиции ITB Berlin ежегодно сопровождает крупный отраслевой конгресс, в рамках которого обсуждаются ключевые проблемы мировой туристической индустрии. По данным [www.itb-kongress.de](http://www.itb-kongress.de), в 2015 г. в нем приняли участие около 23 тыс. специалистов (год назад – на тысячу меньше).

### WTM: МОЛОДО – НЕ ЗЕЛЕНО

Международная выставка World Travel Market (WTM) проводится в Лондоне ежегодно с 1980 г. Организатор – Reed Exhibitions Ltd. Проект ориентирован преимущественно на профессионалов: из четырех дней работы в первые два публику не пускают.

Свою рекламную кампанию организаторы WTM строят, прежде всего, на продвижении конгресса, позиционируя его как глобальное событие мировой

Выставка ITB Berlin работала с 4 по 8 марта 2015 г. В 2016 г. она будет ждать экспонентов и гостей с 9 по 13 марта.



Впервые выставка ITB Berlin состоялась в 1966 г. по инициативе германского предпринимателя и выставочного менеджера Манфреда Буше. Тогда на площади 580 кв. м свои возможности представили девять компаний из Западной Германии, Гвинеи, Египта и Ирака. В гости к ним пришли 250 посетителей-специалистов. Тогда же в Зале конгрессов на территории парка «Тиргартен» прошел специализированный семинар «Новые цели отдыха на новых континентах» с участием гостей из 24 африканских стран.



туристической индустрии. Соответственно, главным предметом их гордости является рост числа делегатов конгресса: в 2014 г. зарегистрировано почти 52 тыс. участников, что на 4% больше, чем в предыдущем году. Количество посещений деловых мероприятий – более 98 тыс. По данным организатора ([www.wtmlondon.com](http://www.wtmlondon.com)), выставочная экспозиция также стала рекордной: свыше 5 тыс. экспонентов, более 82 тыс. посетителей. Площадь экспозиции брутто составила около 87 тыс. кв. м – это всё пространство Северного и Южного павильонов в выставочном центре ExCel London.



За 35 лет своего существования место проведения World Travel Market менялось трижды. Впервые выставка прошла в старейшем лондонском выставочном зале Olympia, в 1992 г. переехала в более вместительное здание Earl's Court, а в 2002 г. – в крупнейший выставочный центр британской столицы ExCeL London.



## Выставка World Travel Market (WTM) в Лондоне состоится со 2 по 5 ноября 2015 г.

Тематика WTM примерно та же, что и в Берлине: все виды туристического и экскурсионного сервиса, услуги гостиниц, спортивных и оздоровительных центров, инвестиции, транспортное обслуживание, подбор и обучение персонала и пр.

Характерная особенность форума – наличие традиционного для англичан закрытого клуба WTM Buyers' Club – сообщества руководителей и специалистов туристических компаний-посредников, заинтересованных в заключении контрактов с экспонентами, прибывающими в Лондон со всего мира.

Безусловное достоинство организаторов WTM – фундаментальный подход к изучению финансовой эффективности проекта. Ежегодно проводится весьма трудоемкое исследование, посвященное оценке сумм договоров, заключаемых по итогам смотра. Так, в 2014 г. были опрошены 1129 поставщиков туристических услуг (экспонентов и членов WTM Buyers' Club) и 1011 туристов – британских подданных, которые ежегодно берут отпуск летом не менее чем на семь дней. В итоге общая сумма контрактов оценена в 2,5 млрд ф.ст.



Главная специфика туристических выставок заключается в том, что они привлекают не только специалистов, но и тысячи простых граждан. Статистика подтверждает: непрофильной публики – потенциальных туристов и отдыхающих – никогда не бывает меньше половины от общего числа гостей.

Закономерно, что масштабные туристические смотры проходят во всех крупных странах. Среди самых известных – New York Times Travel Show, мадридский FITUR, миланский BIT, парижский TOP RESA, PHILOXENIA в Салониках, МАТКА в Хельсинки, Arabian Travel Market в Дубае, EMITT в Стамбуле, JATA в Токио, ITB-Asia в Сингапуре, World Travel Fair в Шанхае. Нет сомнений, что и московские выставки входят в число избранных.

Большая часть этих экспозиций ориентирована преимущественно на местный рынок, что, в частности, выражается в преобладании национальных экспонентов.

Понятно, что каждый проект имеет свой сайт в интернете, где можно найти необходимую информацию.

И всё бы хорошо, если бы не проблема сравнения выставок – какая из них крупнее и авторитетнее, куда стоит поехать, а куда – нет?

Если речь идет не о немецких выставках, то получить ответ порой крайне сложно. Во многих странах, в том числе и европейских, точность выставочной статистики не считается столь же обязательной добродетелью, как в Германии.

**Главная специфика туристических выставок заключается в том, что они привлекают не только специалистов, но и тысячи простых граждан.**



С 14 по 17 марта 2015 г. в МВЦ «Крокус Экспо» состоялась 10-я, юбилейная, выставка «Интурмаркет». В ней приняли участие 1,4 тыс. компаний из почти 140 стран и регионов мира. Выставка традиционно делает упор на продвижение внутрirosсийского туризма. Выставку посетили около 80 тыс. гостей. Она заняла площадь 28 тыс. кв. м.



Довольно часто информация формируется без использования данных независимого аудита, проводимого по правилам Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI). Ключевые сведения, определяющие потребительские характеристики выставки как товара (число экспонентов с собственными стендами, показатели арендованной площади нетто и количественно-качественный состав посетителей), не раскрываются либо откровенно искажаются. В итоге отчеты и пресс-релизы, размещенные на сайтах компаний, носят неполный и недостоверный характер.

Коснулась ли эта тенденция, к примеру, испанской выставки FITUR, ежегодно проходящей в Мадриде с 1981 г.? В этом году в ней приняли участие компании со всего мира, однако с безусловным преобладанием испаноязычных стран. Открывал смотр не кто-нибудь, а сам король Филипп IV с супругой в окружении министров туризма нескольких государств.

Судя по данным аудита ([www.auma.de](http://www.auma.de)), в 2011–2013 гг. выставка испытывала серьезные трудности. Количество экспонентов снизилось с 2130 до 1488, причем в основном за счет испанских компаний (с 1022 до 558). Упало, хоть и не столь значительно, число посетителей – с 133,9 тыс. до 92,1 тыс. Площадь нетто сократилась с 74,3 тыс. до 55,8 тыс. кв. м.

Информация об аудите в 2014–2015 гг. отсутствует. Однако, если зайти на сайт выставки ([www.fituronline.com](http://www.fituronline.com)), из пресс-релиза можно узнать, что в 2015 г. зарегистрированы «9,4 тыс. экспонентов и представленных компаний, а также еще 688 компаний–владельцев стендов в целом из 185 стран мира». В электронном каталоге можно найти 7,5 тыс. испанских фирм.

Честно говоря, странная арифметика. Когда говорится о «представленных компаниях», всегда можно предположить использование «особой методики расчета», согласно которой сотни мелких фирм-партнеров (не имеющих собственных стендов), информацию о которых можно встретить в экспозициях крупных туроператоров, считаются отдельными экспонентами. Разумеется, такая практика полностью противоречит правилам выставочного аудита UFI.

В России подобный «опыт» – не новость, он давно используется на выставках с обилием региональных экспозиций. Схема предельно проста: на коллективном стенде региона распространяется информация о 400 местных предприятиях, специалисты которых даже не приезжают в Москву. Тем не менее все эти фирмы объявляются экспонентами, а организаторы печатают немыслимые цифры в отчетах.

Посмотрим еще на один, не менее интересный, проект – EMITT в Стамбуле. Согласно имеющимся данным ([www.auma.de](http://www.auma.de)), в 2013 г. в ней участвовали 1103 экспонента, в том числе 336 иностранных, и 58,9 тыс. посетителей-специалистов, площадь нетто составила 28,6 тыс. кв. м.

В то же время на сайте проекта ([www.emittistanbul.com](http://www.emittistanbul.com)) приводится статистика последней по времени EMITT–2015: 4550 экспонентов из 71 страны, 64,4 тыс. посетителей-специалистов.

Получается, количество участников выставки, ориентированной преимущественно на внутренний турецкий рынок (показатель интернациональности – 30,5%), за два года выросло в 4,5 раза, при том, что число посетителей-специалистов практически не изменилось?

Отсутствие отчетов выставочного аудита и сложности с поиском достоверной статистики говорят лишь об одном: пресс-релизы зарубежных организаторов (даже самых авторитетных) не могут служить руководством к действию. Единственным критерием истины остается практика. Так, ITB Berlin и FITUR вполне можно сравнивать по количеству российских экспонентов: 121 и 29 соответственно, такова оценка экспертами российского туристического рынка.

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



Международная выставка инновационных технологий для мясного и молочного животноводства, свиноводства и птицеводства VIV Russia этой весной пройдет в МВЦ «Крокус Экспо» с 19 по 21 мая.

Организатор выставки, компания VNU Exhibitions Europe (Голландия), уже более 30 лет специализируется на проведении выставок сельскохозяйственного и пищевого направления в различных регионах мира. Их самый известный проект называется VIV, что означает «Торговые выставки инновационного животноводства». Именно эти выставки VIV и отличаются от многих подобных мероприятий. Они демонстрируют все стадии животноводства и птицеводства под лозунгом «От поля до прилавка». Выставки группы VIV проходят во Вьетнаме, Индии, Китае, Мексике, Нидерландах, России, Таиланде, Турции.

Проекту VIV Russia уже почти 10 лет. Это место встречи предпринимателей, занятых выращиванием и содержанием сельскохозяйственных животных, производством и переработкой яйца, производством кормов, оборудования для уоя, переработки мясного, молочного сырья, зерновых культур и выпуском готовой продукции. Выставка предназначена исключительно для профессиональной аудитории. Статистика прошлых лет показывает, что 64% её посетителей – руководители компаний, 25% – технические специалисты, 11% – представители коммерческих подразделений и маркетинга.

В этом году свои экспозиции продемонстрируют более 400 компаний из 36 стран мира. Основная задача выставки – помочь российским и мировым производителям мясной и молочной продукции обеспечить безопасность и качество своего товара. Эта задача всё чаще находит отклик у посетителей и постоянных участников выставки.

Впервые в этом году оборудование и технологии для наиболее важных и перспективных секторов АПК в России будут выделены в специальные экспозиции по направлениям: CropTech-FeedTech – оборудование и технологии в цепочке производства комбикормов и кормовых добавок; MeatTech – оборудование и технологии в цепочке производства мясной продукции; «Индустрия холода для АПК» – холодильное оборудование и «Салон полуфабрикатов и готовой продукции». Специальный раздел Aquatic Russia Pavilion представит оборудование и технологии в цепочке производства рыбной продукции.

Для посетителей и участников VIV Russia–2015 организаторы подготовили деловую программу. За день до открытия выставочной экспозиции 18 мая 2015 г. состоится Саммит VIV Russia–2015, который будет посвящен актуальным тенденциям российского рынка мясной и рыбной продук-

Проекту VIV Russia уже почти 10 лет, а сама выставка VIV существует три десятилетия. В этом году свои экспозиции в Москве продемонстрируют более 400 компаний из 36 стран мира.



# RUSSIA!

## Сергей ЛИСОВСКИЙ,

первый заместитель председателя Комитета Совета Федерации по аграрно-продовольственной политике:

– На сегодняшний день на продовольственном рынке страны существует несколько проблем. Первое – это законодательство. Надо его укреплять, разрабатывать технические регламенты, согласовывать их с исполнительными и законодательными органами. Второе – необходимо вернуться к жесткому контролю государства за качеством продовольствия. Нужно объединить контрольные службы, в частности ветеринарию, ввести единый электронный ветеринарный сертификат, чтобы мы могли отследить всю цепочку производства сырья. Третье – необходимо усилить контроль за торговыми сетями, потому что они провоцируют производителя фальсифицировать продукцию, заставляя его снижать стоимость продукции и производить некачественный товар. Мы хотим ввести солидарную ответственность производителя и продавца, чтобы торговые сети тоже несли ответственность за качество продукции у себя на прилавках.



## Юрий КОВАЛЕВ,

генеральный директор Национального союза свиноводов:

– Выставка является большим и важным профессиональным событием в отрасли. Выставки и конференции всегда важны, они несут новые знания. Сейчас наступает совершенно новый этап в развитии свиноводства. За последние 10 лет свиноводческая отрасль в России увеличилась в 4 раза. Однако сегодня из-за роста цен на корма себестоимость выращивания товарных свиней выросла на 30–40%. Если раньше отрасль генерировала от 20 до 30% прибыли и обеспечивала окупаемость проекта для инвесторов в течение 7–8 лет, то сегодня многие предприятия становятся убыточными. Нам важно, чтобы инвестиции в отрасль продолжали поступать и чтобы государство продолжало участвовать в регулировании отрасли.

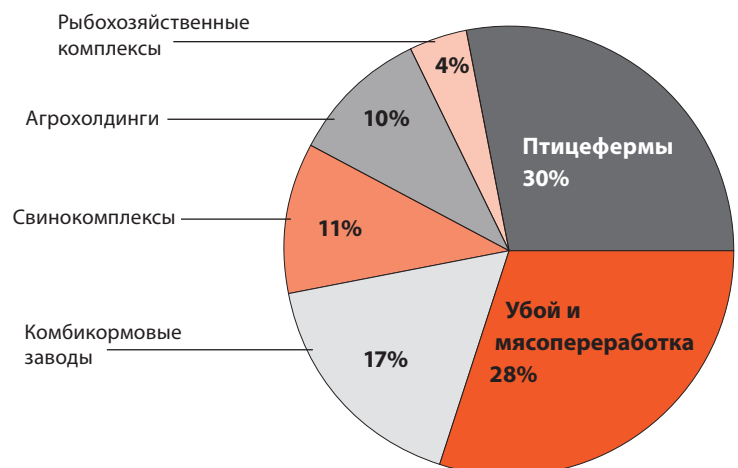
ции, вопросам безопасности и качества, перспективам торговли мясом и рыбой на основных мировых рынках.

Саммит познакомит своих участников с передовыми международными разработками, не имеющими аналогов по приоритетным направлениям развития животноводческой и рыбоводческой отраслей. Среди основных тем для дискуссии будет состояние российского АПК и его перспективы в связи с непростой международной обстановкой.

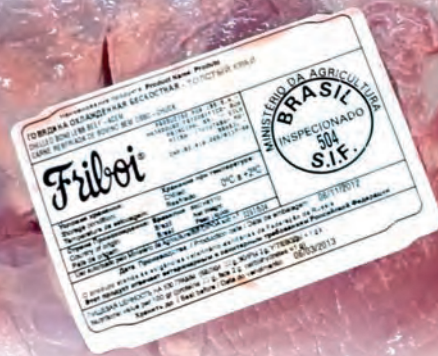
Выставка VIV Russia предлагает своим участникам качественно новый уровень работы на рынке, повышает эффективность выставочных маркетинговых коммуникаций и значительно увеличивает экономические результаты от участия.

Ольга СТАРКОВА

### Структура профессиональной деятельности посетителей VIV Russia



# ДИЕТА ПО ПРИКАЗУ



В августе прошлого года Россия ограничила импорт ряда товаров из стран ЕС, США, Канады, Австралии и Норвегии. Под запрет, в частности, попало мясо (говядина, свинина, птица, колбасы), морепродукты, а также овощи, фрукты и молочная продукция.

Итогом запрета стало новое слово в российском лексиконе – «импортозамещение». По словам руководства страны, столь строгие меры стимулируют развитие российского агропромышленного комплекса и в перспективе приведут к расширению ассортимента российских продуктов на полках магазинов. Теоретически это возможно, но на практике всё не так радужно. С момента введения санкций прошло меньше года, и говорить о каких-то заметных результатах еще рано, однако делать выводы уже пора, ведь убытки несут обе стороны.

К концу 2014 г. данные из разных источников подтвердили, что запрет в целом соблюдается. Так, Фе-

деральная таможенная служба сообщила, что поставки свежего и мороженого мяса в 2014 г. снизились более чем на 21%, а сыров и творога – на 30%. Ассоциация итальянских сельхозпроизводителей оценила снижение экспорта в Россию в 2014 г. на 11,6%, а потери итальянских предпринимателей составили 1,25 млрд евро.

Министр экономики Польши Януш Пехочиньский назвал цифру 500 млн долл. Еврокомиссия, однако, не бьет тревогу. По ее данным, российское эмбарго затронуло всего 4,2% экспорта из 28 стран Евросоюза на сумму в 5 млрд евро.

Для отечественных участников рынка введение санкций стало неприятным сюрпризом. Некоторые из них начали наращивать объемы производства, однако пробиться на полки торговых сетей оказалось не просто. Страдают от санкций и те производители, что занимаются переработкой сырья: они не в состоянии заменить часть поставок на российские аналоги, которых по-





просто не существует. В результате власти страны ищут пути ослабления продовольственного эмбарго для ряда стран, например Венгрии и Греции, однако окончательного решения пока нет.

Тот факт, что процесс импортозамещения движется медленно, подтверждают и российские власти. Еще в середине декабря замминистра сельского хозяйства Андрей Волков заметил, что развивается не отечественное производство, а просто меняются импортеры: «Испанские баклажаны замещаются турецкими». Итогом изменений в сфере импорта стал рост цен в российских магазинах.

**По данным Росстата, в 2014 г. импорт мяса сократился по сравнению с 2013 г. на 21,5%, мяса птицы – на 14,1%, сыров и творога – на 30,1%.**

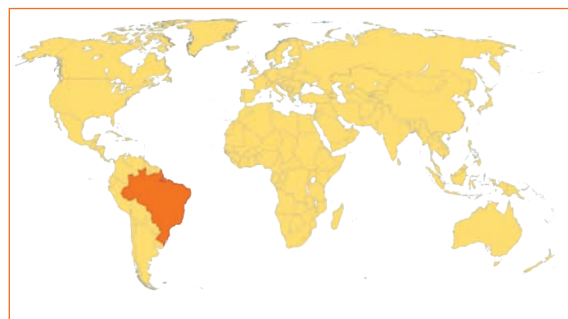
#### **ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА НАМ ПОМОЖЕТ?**

По данным Минсельхоза, из всех отраслей АПК наибольших вложений требует животноводство. Введение санкций отрезало от России почти 15% импорта мясного сырья, и он продолжает сокращаться. К марту текущего года ввоз в страну говядины снизился более чем в 2 раза по сравнению с мартом прошлого года, свинины – в 3,6 раза, мяса птицы – в 3,1 раза.

Несмотря на обещания российских производителей увеличить производство, на данный момент выпавший объем практически полностью замещен Латинской Америкой и Азией. Уругвай, Бразилия, Парагвай и Китай – сегодня это основные поставщики свинины и говядины. Импорт «санкционного» продовольствия (особенно говядины) из Бразилии в последние месяцы вырос примерно в 1,5 раза. С одной стороны, это покрывает потребности рынка внутри страны, с другой стороны, создает новую конкуренцию российским производителям.

В качестве примера можно привести данные по одному из российских регионов. Так, на территорию Камчатского края с сентября по декабрь 2014 г. ввезено 6,8 тыс. т мясopодуKтов разных стран происхождения. При этом на рынке доля бразильской говядины составляет 37%, а российской – 15%, свинины – 35% против 11%. А вот по поставкам мяса птицы продукция российских производителей на первом месте – 48%.

В Государственной программе развития сельского хозяйства на 2013–2020 гг. предусмотрено повышение удельного веса российского мяса и мясopодуKтов в его общих ресурсах на рынке с 77,8% в 2013 г. до 80,9% в 2015 г. и 91,5% в 2020 г., молока и молокопродуктов – соответственно с 76,6% до 81,9% и 90,2%. Производство сыров намечено увеличить с 435 тыс. т в 2013 г. до 527 тыс. т в 2015 г. и 546 тыс. т в 2020 г. В Программу, утвержденную в 2012 г., были внесены изменения уже после введения одностороннего эмбарго со стороны России – в декабре 2014 г.



Замминистра сельского хозяйства – руководитель Росрыболовства Илья Шестаков на встрече с представителем министерства сельского хозяйства Бразилии выразил заинтересованность российской стороны в наращивании объемов закупок бразильской продовольственной продукции. «Бразилия является самым значимым поставщиком сельскохозяйственной продукции и продовольствия на российский рынок среди стран Латинской Америки» – говорится в сообщении Минсельхоза РФ. Со своей стороны, бразильцам интересно увеличить поставки в РФ, в частности племенного и генетического материала. Шестаков предложил бразильской стороне участвовать в выставке сельскохозяйственных инвестиционных проектов стран БРИКС, которая состоится в Москве с 7 по 10 октября 2015 г.





Как пишет портал Russobras, «Бразилия была, есть и, наверное, будет обладателем самого большого в мире поголовья крупного рогатого скота, выращиваемого в промышленных целях». Климатические условия позволяют круглогодично держать скот на открытых выпасах. Особенности субтропического и экваториального климата определяют качество мяса, поставляемого на экспорт. Специфичны и породы скота, совсем не похожие на российские. В основном (80%) в Бразилии разводятся различные породы скота типа зебу. По мнению специалистов, мясо зебу довольно жесткое, волокнистое, без жира, со специфическим запахом и вкусом. В России такое мясо используется в основном в промышленных целях для изготовления мясных продуктов и консервов.

Отечественные производители мяса птицы меньше всего зависят от импорта. В 2014 г. доля импорта в общем объеме потребления данного вида мяса составляла всего 13%, а основным поставщиком были США. После введения эмбарго отечественные производители смогли компенсировать часть импорта за счет расширения своего производства, а остальное добавили производители из Бразилии и Белоруссии. Однако и российских птицеводов затронули (и еще затронут) последствия эмбарго. Корма, прививки и прочие необходимые для производства вещи в большинстве своем импортируются, и заменить поставщиков сложно. Наиболее уязвим сейчас рынок говядины. В прошлом году силами российских производителей удалось покрыть 70% потребностей страны в этом мясе. С 2008 по 2013 г., по данным Минсельхоза,

**По оценке Еврокомиссии, российское эмбарго затронуло всего 4,2% экспорта из 28 стран ЕС на сумму в 5 млрд евро.**

государство инвестировало в животноводство около 315 млрд руб., но рост показали главным образом свинина и мясо птицы. Производители говядины, напротив, сдают позиции, снижается поголовье крупного рогатого скота, выпуск молока. Производство говядины и свинины – процесс небывший. Срок, прошедший с момента введения эмбарго, пока невелик, говорить об успехах или неудачах отрасли можно будет лишь несколько лет спустя: сначала нужно вырастить поголовье скота. Ввиду такой длительной окупаемости проектов госпрограмма рассчитана до 2020 г., а пока недостаток компенсируют животноводы из Латинской Америки.



ФОТО: GUY9999 / DEPOSITPHOTOS.COM

Оценить ситуацию на начало текущего года помогут данные Росстата за январь 2015 г.: производство мяса выросло на 20,9% по сравнению с январем 2014 г., достигнув за месяц 160 тыс. т, однако в сравнении с декабрем 2014 г. оно снизилось на 20%. При этом производство мяса птицы выросло на 13,3%, а производство колбас, наоборот, выросло незначительно – на 4,4%.

### ПОСЛЕ ПАРМЕЗАНА

На рынке молочной продукции главный удар введенного Россией эмбарго пришелся на сыры. Состояние отечественной отрасли оставляет желать много лучшего, и в этом сегменте рынка Россия сильно зависит от импорта. Эксперты прогнозировали сокращение ассортимента на 25–30%, а в премиальном сегменте – на все 40–50%. В феврале этого года Роспотребнадзор запретил еще и ввоз сыров из Польши. До введения запрета доля российских производителей на рынке едва дотягивала до 40%. Какова же ситуация сейчас?

С одной стороны, эмбарго благотворно повлияло на внутреннее производство. Так, финская компания Valio, продукция которой также попала под запрет, решила открыть в Москве линию по производству сыра Viola, в результате объемы выпуска сыра увеличатся, а кроме того, появятся рабочие места.

По данным Росстата, в январе этого года российские сыроделы увеличили объемы производства более чем на 35% по сравнению с январем 2014 г. – до 42,6 тыс. т, хотя это и меньше, чем в декабре 2014 г. Многие производители отмечают возросший интерес к своей продукции и планируют наращивать мощности.

Однако для запрещенной импортной продукции нашлась лазейка, не замеченная в первом санкционном порыве и позволившая импортерам законно поставлять продукцию в страну. Правительство сделало исключение для безлактозной молочной продукции, учитывая интересы людей, страдающих непереносимостью лактозы. В результате за 2014 г. из стран ЕС было ввезено в Россию почти 19,5 тыс. т безлактозного сыра. В 2013-м показатель был в 7,5 раза меньше, порядка 2,6 тыс. т. На сегодняшний день европейские поставки сыра практически полностью сведены к безлактозной продукции.

Итак, можно подвести предварительные итоги. Российский Минсельхоз отмечает позитивные тенденции: производители отечественных мяса и молочных продуктов активно увеличивают свое присутствие на рынке. Экономисты в свою очередь предупреждают, что пока не ясно, как долго продлится продовольственное эмбарго (российские власти уже ведут переговоры с рядом стран о возможных послаблениях), поэтому неизвестно, будут ли отечественные сельхозпроизводители и дальше наращивать свои производства. В любом случае это требует времени и больших финансовых затрат.

**Наталья ПОПОВА**

**SHORE HOUSE**  
*Sh*  
**10 ЛЕТ**  
 ЯХТ-КЛУБ • РЕСТОРАН

**РЕСТОРАН • ЯХТ-КЛУБ • БАССЕЙН**

66 КМ МКАД (ВНЕШН.),  
 КРАСНОГОРСК  
 ТЕЛ.: +7 (495) 727 26 78,  
 +7 (926) 223-91-94

**RESTAURANTS**  
 by Crocus Group

**NOVIKOV**  
 GROUP OF COMPANIES  
 SINCE 1991

реклама

## ЖИВОТНОВОДСТВО И ПТИЦЕВОДСТВО

Выставка, организатор	Время проведения	Место проведения	Контакты
<b>VICTAM INTERNATIONAL</b> Victam International B.V.	9–11.06.15	Германия Кёльн	www.victam.com; expo@victam.com тел. +31 (0)33 246 4404; факс +31 (0)33 246 4706
<b>VIV TURKEY</b> VNU Exhibitions Europe	11–13.06.15	Турция Стамбул	http://sites.vnuexhibitions.com; info@vnuexhibitions.com тел. +31 (0)30 295 2700; факс +31 (0)30 295 2701
<b>WESTERN CANADA FARM SHOW</b> Western Canada Farm Progress	17–19.06.15	Канада Реджина	www.myfarmshow.com; farmshow@evrazplace.com тел. +1 306 781 9233; факс +1 306 781 9396
<b>LIVESTOCK PHILIPPINES</b> United Business Media	23–24.06.15	Филиппины Пасай-Сити	www.ubm.com; JBlack@cmpinformation.com тел./факс +31 20 4099 544
<b>NATIONAL AGRICULTURAL SHOW</b> Messecenter Herning	2–4.07.15	Дания Хернинг	www.messecenter.dk; mch@messecenter.dk тел. +45 9926 9926; факс +45 9926 9900
<b>AVIANA AFRICA – KENYA</b> Nairobi Enterprises Limited	2–3.07.15	Кения Найроби	www.avianafrica.com; info@avianafrica.com тел. +254 20 353 4717; факс +254 66 31461
<b>AGROEXPO BOGOTA</b> Corferias	9–20.07.15	Колумбия Богота	www.corferias.com; info@corferias.com тел. +571 381 0000; факс +571 428 5551
<b>INDO LIVESTOCK</b> Merebo Messe Marketing	29–31.07.15	Индонезия Сурабая	www.merebo.com; contact@merebo.com тел. +49 40-399 9905-0; факс +49 40-399 9905-25
<b>TECNOCARNE</b> BTS Informa	11–13.08.15	Бразилия Сан-Паулу	www.btsinforma.com.br; flavio.lemos@btsmedia.biz тел. +55 11 3598 7800; факс +55 11 3598 7801
<b>NATIONAL EXHIBITION OF FARM ANIMALS</b> Agrokomplex-Vystavnictvo Nitra	20–23.08.15	Словакия Нитра	www.agrokomplex.sk; agrokomplex@agrokomplex.sk тел./факс +421 37 6572 111
<b>AGRITECH INDIA</b> Media Today Pvt Ltd.	21–23.08.15	Индия Бангалор	www.floraexpo.com; mediatoday@vsnl.com тел. +91 11 2668 0683; факс +91 11 2668 0153
<b>АГРОРУСЬ</b> Компания «ЭкспоФорум-Интернэшнл»	22–30.08.15	Россия Санкт-Петербург	http://agrorus.expoforum.ru; info@expoforum.ru тел./факс: + 7 812 240 4040
<b>SPACE</b> Space	15–18.09.15	Франция Ренн	www.space.fr; info@space.fr тел. +33 (0)2 2348 2880; факс +33 (0)2 2348 2881
<b>LIVESTOCK ASIA</b> UBM Asia Ltd.	21–23.09.15	Малайзия Куала-Лумпур	www.ubmasia.com; info@ubmasia.com тел. +852 2827 6211; факс +852 3749 7342
<b>АГРОПРОДМАШ</b> ЗАО «Экспоцентр»	5–9.10.15	Россия Москва	www.agroprodmask-expo.ru; apm@expocentr.ru тел. +7 495 609 4052; факс +7 495 609 4168
<b>TECNO PECUÁRIA</b> ExpoSalão	13–16.10.15	Португалия Баталья	www.exposalao.pt; info@exposalao.pt тел. +351 244 769 480; факс +351 244 767 489
<b>BURSA STOCKBREEDING AND EQUIPMENT FAIR</b> Tüyap Fairs and Exhibitions Organization Inc.	14–18.10.15	Турция Бурса	www.tuyap.com.tr; sales@tuyap.com.tr тел. +90 212 867 1100; факс +90 212 886 6698
<b>AGRILEVANTE</b> Fiera del Levante	15–18.10.15	Италия Бари	www.fieradellevante.it; messaggi@fieradellevante.it тел. +39 080 536 6349; факс +39 080 536 6491
<b>IFT</b> PPI	15–17.10.15	Индонезия Джакарта	www.pelitapromo.com; maxasia@pelitapromo.com тел. +62 21 5366 0804; факс +62 21 5325 887/90
<b>DEUTSCHE JUNGGEFLÜGELSCHAU</b> Deutsche Messe AG Hannover	17–18.10.15	Германия Ганновер	www.messe.de; info@messe.de тел. +49 (0)511 89 0; факс +49 (0)511 89 32626
<b>CARNEXPO</b> Industria Carnii.ro	21–23.10.15	Румыния Бухарест	www.industriacarnii.ro; office@industriacarnii.ro тел. +40 021 450 5064; факс +40 021 450 5063
<b>KAZAGRO / KAZFARM</b> IEC ExpoGroup Ltd.	21–23.10.15	Казахстан Астана	www.en.expogroup.kz; info@expogroup.kz тел. +7 727 268 2850; факс +7 727 391 1142
<b>ELMIA AGRICULTURE LIVESTOCK &amp; TECHNOLOGY</b> Elmia Fairs	21–24.10.15	Швеция Йёнчёпинг	www.elmia.se; linda@elmia.se тел. +46 (0) 3615 2000; факс +46 (0) 3616 4692
<b>AGRIMAX METZ</b> Metz Expo événements	22–24.10.15	Франция Мец	www.metz-expo.com; info@metz-expo.com тел. +33 (0) 3 8755 6600; факс +33 (0) 3 8755 6618
<b>НАЦИОНАЛЬНАЯ ВЕТЕРИНАРНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ</b> НБК	28–30.10.15	Россия Москва	http://nvc2015.ru; info@nvc2015.ru тел./факс +7 495 984 3390
<b>ITALPIG</b> CremonaFiere S.p.A.	28–31.10.15	Италия Кремона	www.cremonafiere.it; факс info@cremonafiere.it тел. +39 0372 598011; факс +39 0372 598222
<b>INDAGRA</b> Romexpo	28.10 – 1.11.15	Румыния Бухарест	www.romexpo.ro; romexpo@romexpo.org тел. +40 21 224 3160; факс +40 21 224 0400
<b>CATF – CHINA AGRICULTURE TRADE FAIR</b> Beijing Regalland Convention & Exhibition Co., Ltd.	7–11.11.15	Китай Фуцжоу	www.regalland.com; regalland@regalland.com тел. +86 10-6441 6542; факс +86 10-6441 2631
<b>MEATMANIA</b> Bulgarreklama Agency	11–14.11.15	Болгария София	www.bulgarreklama.com; bul-reklama@bulgarreklama.com тел. +359 2 9655 220; факс +359 2 9655 230
<b>MEFA BASEL</b> MCH Foire Suisse (Holding) SA	21–25.11.15	Швейцария Базель	www.messe.ch; info@messe.ch тел. +41 58 200 2020; факс +41 58 206 2182
<b>CANADIAN WESTERN AGRIBITION</b> Canadian Western Agribition	23–28.11.15	Канада Реджина	www.agribition.com; info@agribition.com тел. +1 306 565 0565; факс +1 306 757 9963
<b>AGRIBEX</b> Fedagrim	8–13.12.15	Бельгия Брюссель	www.fedagrim.be; info@fedagrim.be тел. +32 2 262 0600; факс +32 2 262 0402



- Офтальмологическое и оптометрическое оборудование
- Программное обеспечение для систем подбора очков
- Контактные линзы и средства по уходу за ними
- Торговое оборудование для магазинов оптики
- Станки для обработки линз, технологическое оборудование для оптических мастерских
- Специализированные оптические издания

- Футляры и принадлежности по уходу за очками и линзами, аксессуары
- Готовые корректирующие очки
- Солнцезащитные очки
- Опоры для очков
- Спортивные очки
- Очковые линзы

Организатор:

 **КРОКУС ЭКСПО**  
Международный выставочный центр

Тел./факс: +7 (495) 983-06-78  
E-mail: begunova@crocus-off.ru,  
krushina@crocus-off.ru  
[www.optica-expo.ru](http://www.optica-expo.ru)

# Халяль для всех



VI выставка Moscow Halal Expo–2015 распахнет свои двери 21 мая 2015 г. в МВЦ «Крокус Экспо». Экспозиция, которую организует Совет муфтиев России, продлится до 23 мая.



Проект Московской международной выставки Moscow Halal Expo родился, когда стало очевидно, что у производителей халяльных товаров и услуг появилась необходимость в собственной профессиональной платформе. Халяль-индустрия в настоящее время находится на стадии активного развития.

В июне 2010 г. в «Крокус Экспо» прошла первая Московская международная Выставка «Халяль–2010». Она оказалась успешной как для экспонентов, так и для посетителей. С тех пор Moscow Halal Expo стала ежегодным событием, число участников постоянно растет.



**Рушан хазрат АБДЯСОВ, первый заместитель Председателя Совета муфтиев России и Духовного управления мусульман Российской Федерации, председатель Оргкомитета выставки Moscow Halal Expo:**

– Предстоящая выставка Moscow Halal Expo – одно из самых ярких и значимых событий в мире халяля, эффективная площадка, позволяющая участникам выйти на халяльный рынок России и СНГ, а российским производителям вывести свой продукт на рынки Ближнего и Среднего Востока. Ежегодно в выставке принимают участие представители из более чем 30 стран – Азербайджана, Великобритании, Ирана, Казахстана, Киргизии, Малайзии, ОАЭ, Пакистана, Польши, Турции, Узбекистана, Франции, ЮАР и других государств. В этом году будет существенно расширена деловая часть выставки, и мы рассчитываем, что благодаря этому значимость Moscow Halal Expo и ее потенциал будут только увеличиваться.



## Главные темы выставки «Халяль»: халяль-товары и услуги; исламские финансы, банковское дело и страхование; исламский стиль; издательства исламской литературы, ИТ и медиапроекты; исламская культура и национальная кухня.

В этом году выставка изменит свой формат на B2B, что означает существенное расширение деловых мероприятий и бизнес-программы.

Moscow Halal Expo – это возможность встретиться с профессионалами халяльного рынка, ознакомиться со всеми его секторами – исламскими финансами и банкингом, продовольственным сектором, халяльным туризмом, модой, ресторанным бизнесом, книгами и многим другим. Программа выставки включает Форум исламских финансов и инвестиций; Форум, посвященный халяль-туризму; Форум моды, Молодежный форум; будут проведены учебные семинары и «круглые столы», посвященные различным темам, включая обмен опытом в сфере производства, стандартизации и сертификации халяль-продукции. В качестве спикеров приглашены лучшие эксперты с успешным опытом работы в своем направлении.

Главная задача, которую ставят перед собой организаторы, – позиционировать термин «халяль» как понятные этические нормы, соблюдая которые, можно развивать бизнес в любом направлении – производстве, торговле, финансах, туризме и т. д. Участники выставки смогут наладить деловые партнерские отношения, договориться о совместных проектах, привлечь иностранные инвестиции, заключить долгосрочные договора с поставщиками, продавцами, ритейлерами и франчайзи.

Выставка Moscow Halal Expo является мероприятием, к которому проявляют интерес не только мусульмане, но и представители других религий. Не стоит забывать, что более 40% потребителей халяль-продукции и услуг – немусульмане.

В рамках выставки организаторы планируют устроить инвестиционную зону – будут представлены инвестиционные проекты как на микроуровне, так и на уровне крупных инвесторов. Не секрет, что страны Персидского залива проявляют активный интерес к проектам на терри-



В разговорной речи под халялем обычно понимают мясные продукты, изготовленные по специальной технологии, соответствующей нормам Ислама. В более широком смысле халяль относится практически к любой сфере человеческой жизни: к продуктам питания, одежде, украшениям, косметике и парфюмерии, личной гигиене, отдыху, развлечениям, способу ведения бизнеса, сфере финансов, отношениям между людьми, окружающей среде, к выполняемой работе, распоряжению своим имуществом и т. д.





## Выставка «Халяль» объединяет свыше 160 компаний из более чем 30 стран мира. Она привлекает 10 тыс. посетителей.

тории России, и вполне возможно, что в ближайшем будущем мы увидим рост прямых инвестиций из этих стран в российскую экономику. Ряд проектов уже находится на этапе рассмотрения инвесторами.

На государственном уровне разрабатывается законопроект о создании правовых основ для внедрения в России исламского банкинга, в основе стандартов которого – проектное или торговое финансирование, полный отказ от процентного кредитования.

В рамках выставки пройдет Международный форум «Исламский финансовый рынок и реальный сектор экономики», участники которого обсудят вопросы исламских финансов и их взаимодействия с экономикой РФ.

Выставка Moscow Halal Expo охватит все сектора халяльного бизнеса, включая халяль-туризм, к которому в настоящее время проявляется серьезный интерес как со стороны собственников гостиничного бизнеса, так и со стороны инвесторов.

За рубежом ведущие сети отелей уже оценили преимущества работы с клиентами-мусульманами и инвестировали средства в строительство и открытие халяльных гостиниц под своим брендом. В России рынок халяльного туризма только зарождается. По сути, это уникальная ниша



Согласно исследованиям, инициированным крупными игроками гостиничного бизнеса, в ближайшие годы потребность мусульман в халяльном отдыхе будет увеличиваться на 20% в год. Уже существуют международные рейтинги отелей, в которых мусульмане могут останавливаться с комфортом. По данным CrescentRating, лучшими странами для халяль-туристов являются Малайзия, Турция, ОАЭ, Саудовская Аравия, Катар, Индонезия.

для бизнеса, который в сложное для российской экономики время может привлекать инвестиции и показывать высокую доходность. Наличие развитого халяльного туристического рынка – это стимул для расширения внутреннего туризма, так как число мусульман в России превышает 25 млн человек, и их число ежегодно растет.

Классический стандарт халяль для отеля предусматривает отсутствие спиртного в ресторанах, исключительно халяльное питание, наличие молельной комнаты, отдельные пляжи, фитнес и СПА отдельно для мужчин и женщин. В современных условиях центры сертификации предлагают разные уровни стандартов для отелей. Начальный предусматривает наличие в отеле нескольких халяльных номеров и некоторых сертифицированных услуг.

В разделе выставки «Туризм и отдых» будут представлены компании, занимающиеся внутренним и въездным туризмом, хадж-операторы. Во второй день выставки пройдет II Международный форум «Туризм и гостеприимство по стандарту халяль». Среди главных тем форума – процесс и механизмы развития халяль-туризма.

Не останется без внимания сектор «Стиль и текстиль» – дизайн одежды, аксессуаров и украшений. Это быстрорастущий сектор рынка «халяль», учитывая данные ритейлеров о продажах, где одежда занимает одно из первых мест. В течение последних двух лет число дизайнерских имен, представляющих одежду в стиле «халяль», удвоилось. Основные вопросы ведения модного бизнеса затронет Форум моды, ведь изящные платья, очаровательные юбки, воздушные палантины и оригинальные тюрбаны в последнее время получают всё большую популярность не только среди мусульманок, так как красота и женственность всегда в моде.

Многие дамы обращаются с вопросом: можно ли приходить на выставку без головного убора? Moscow Halal Expo – площадка для профессионалов, но вместе с тем ее посетителем может стать любой желающий. Это мероприятие общего характера, на протяжении пяти лет на выставку приходят люди разных национальностей и вероисповеданий.

**Ирина КОНДРАШОВА**

11-я международная выставка  
автомобильной индустрии

ИНТЕРАВТО



+7 (495) 727-26-31  
[www.interauto-expo.ru](http://www.interauto-expo.ru)

26-29 августа 2015 года

реклама

Крокус Экспо



Автокомпоненты и запчасти



Автохимия



Автоаксессуары



Автоэлектроника



Гаражное и сервисное  
оборудование

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

Организатор:

**КРОКУС ЭКСПО**  
Международный выставочный центр

Генеральный информационный  
партнёр:

**АВТО  
РАДИО**

Информационный партнёр  
МВЦ «Крокус Экспо»:

**БВ**

12+



# БИЗНЕС

Сбор и переработка металлолома стали крайне актуальными темами. Цены на металл растут, экологи бьют тревогу, природоохранное законодательство ужесточается. Самое время обсудить возможности и перспективы использования отходов в благих целях.

Теме переработки лома черных и цветных металлов на 9-й Международной выставке-форуме по управлению отходами, природоохранным технологиям и возобновляемой энергетике «ВэйстТэк-2015» посвящена специализированная экспозиция «СкрапЭкспо: сбор и переработка лома черных и цветных металлов». Это направление выставки возникло далеко не случайно – все крупные мировые выставки по тематике отходов и вторичных ресурсов (IFAT – в Германии, Pollutec – во Франции, Ecomondo – в Италии) уже многие годы активно развивают раздел, связанный со сбором и переработкой лома черных и цветных металлов. Российская выставка, которая проходит раз в два года, в этом году снова состоится в МВЦ «Крокус Экспо». Организатор – компания «СИБИКО Интернэшнл».

В России растет численность компаний, производящих оборудование и услуги по переработке лома. Многие зарубежные компании оценивают россий-

Европейские страны собирают и перерабатывают около 95% всего «производимого» ими металлолома.



ский рынок как перспективный и заинтересованы в участии в предстоящей выставке-форуме «ВэйстТэк-2015».

Экологическая ситуация в России требует принятия новых природоохранных законов и нормативных актов. Важным инструментом их обсуждения являются профессиональные контакты представителей законодательной и исполнительной власти, бизнеса, общественности, науки. Одной из самых авторитетных площадок для такого общения является «ВэйстТэк». Сочетание выставки и обширной деловой программы позволяет обсудить наиболее актуальные вопросы природоохранной деятельности, найти эффективные технические и экономические решения, установить коммерческие и научные контакты.

В доказательство полезности и выгоды сбора металлолома достаточно привести совсем немного цифр. Для выплавки 1 т стали требуется 25 т руды и 2 т кокса. Нелишним будет упомянуть, что руда относит-



9-я Международная выставка-форум по управлению отходами, природоохранным технологиям и возобновляемой энергетике «ВэйстТэк-2015» состоится с 26 по 28 мая 2015 г. в «Крокус Экспо». Вот уже более 15 лет специалисты природоохранного и коммунального секторов раз в два года собираются в Москве на форуме «ВэйстТэк». В 2013 г. 324 компании из 23 стран мира представили на выставке свою продукцию и услуги, с которыми ознакомились около 7500 специалистов. Более 1200 делегатов из 25 стран мира стали участниками деловой программы.

# СО СТАЛЬНЫМ ХАРАКТЕРОМ

ся к разряду невозполняемых природных ресурсов. С другой стороны, тонну стали ничуть не худшего качества можно получить из 690 кг металлолома, 80 кг флюса и 460 кг чугуна. Затраты энергии при этом будут значительно меньше, меньше будет и сточных вод, и вредных выбросов в атмосферу.

Факторы экономии и экологии являются одними из главных, почему в Европе обращают особое внимание на сбор и переработку металлолома. Лидером в этой области является Германия, главный европейский экспортер металлолома.

Вообще же в ЕС сейчас собирают и перерабатывают около 95% всего «производимого» металлолома. Примерно те же показатели и у Японии. В России же, по европейским меркам, отношение к проблеме безалаберное. Мы собираем и перерабатываем всего лишь от 55 до 80% всего имеющегося у нас лома черных и цветных металлов.

Особенно это касается утилизации на металлолом старых автомобилей – проблема, которую европейские страны ставят едва ли не на первое место. Европейцы подсчитали, что в ближайшие 25 лет на свалках окажется около 4 млрд т черных металлов, и основную долю будут составлять именно старые авто. За эти 25 лет будет выпущено больше автомобилей, чем было произведено за всю историю автомобилестроения.

Подсчитав и ужаснувшись, страны ЕС собираются принять в 2015 г. директиву, по которой автомобильные концерны должны будут использовать металл, на 95% изготовленный из вторсырья.

Для России такой подход к использованию металлолома был бы крайне актуальным, особенно в нынешних условиях роста цен.

Подорожанием металла в начале марта озабочился Совет Федерации, там прошло заседание Комитета СФ по экономической политике: «О причинах роста цен на продукцию металлургической отрасли и его влиянии на развитие машиностроения в РФ». По итогам обсуждения было принято решение, в котором говорится: «Комитет Совета Федерации по экономической политике отмечает, что резкий рост цен на металлургическую продукцию ведет к удорожанию стоимости конечного продукта в отраслях ВПК, железнодорожного транспорта, сельскохозяйственного машиностроения, автомобильной, кабельной и других отраслей промышленности, а это в свою очередь может привести к срыву заключенных ранее долгосрочных контрактов, сокращению объемов производ-

Для выплавки 1 т стали требуется 25 т руды и 2 т кокса. Столько же стали получится из 690 кг металлолома, 80 кг флюса и 460 кг чугуна.



Стоимость промышленного сырья, получаемого из металлолома, составляет всего 30% стоимости такого же сырья из руды. Экономия достигается, в частности, из-за того, что не требуется дорогостоящих геологических изысканий, разработки месторождений, строительства обогатительных фабрик и т.д. Об экологической стороне дела и говорить не приходится.

ства и налоговых поступлений в бюджеты всех уровней и, как следствие, росту социальной напряженности.

По данным Министерства промышленности и торговли РФ, по состоянию на февраль 2015 г. увеличение стоимости металлопроката для производителей железнодорожного подвижного состава за год составило: по листовому прокату – 42%; швеллерам – 45%; колесам – 30%. С октября 2014 г. по февраль 2015 г. для предприятий сельхозмашиностроения отпускные цены на металлопрокат увеличились на 35–60%. В автомобилестроении в январе 2015 г. по сравнению с январем 2014 г. производство автомобилей снизилось на треть. Одной из причин стал рост цен на комплектующие, в том числе металлопродукцию.

В общем, самое время, как в старые добрые времена, отправиться на сбор металлолома. А до этого – посетить выставки «ВэйстТэк» и «СкрапЭкспо».

«Утилизация автомобилей» станет темой конференции, которая пройдет в рамках выставки «СкрапЭкспо».

**Ирина КОНДРАШОВА**

# Выставки и рынки

MILANO 2015  
1 MAGGIO • 31 OTTOBRE  
NUTRIRE IL PIANETA  
ENERGIA PER LA VITA

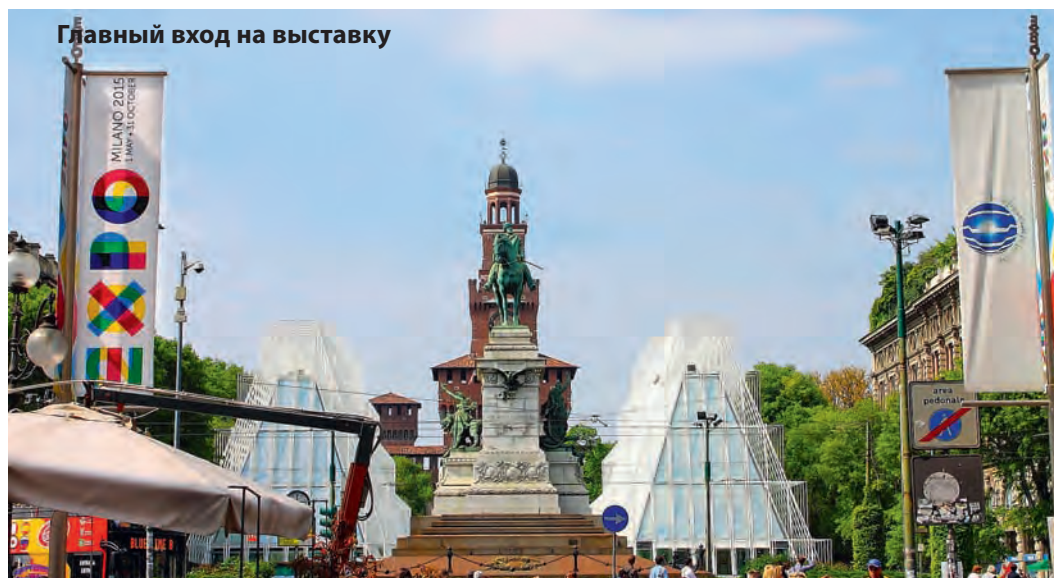


С 1 мая по 31 октября 2015 г. в Милане будет работать Всемирная универсальная выставка ЭКСПО–2015. Каждый желающий сможет посетить выставку и самостоятельно оценить, в правильном ли направлении движется человечество. Девиз и главная тема открывшейся экспозиции – «Накормить планету. Энергия для жизни». Выставка проходит в крупнейшем выставочном центре Италии Fiera Milano.

ЭКСПО–2015 станет универсальной площадкой для поиска решений глобальных продовольственных проблем, связанных с обеспечением населения развивающихся стран продовольствием и водой, улучшением качества и безопасности продуктов питания, предотвращением таких болезней, как ожирение и сердечно-сосудистые заболевания. Помимо этого выставка призвана сплотить культурные и этнические традиции, объединить кулинарное наследие разных стран.

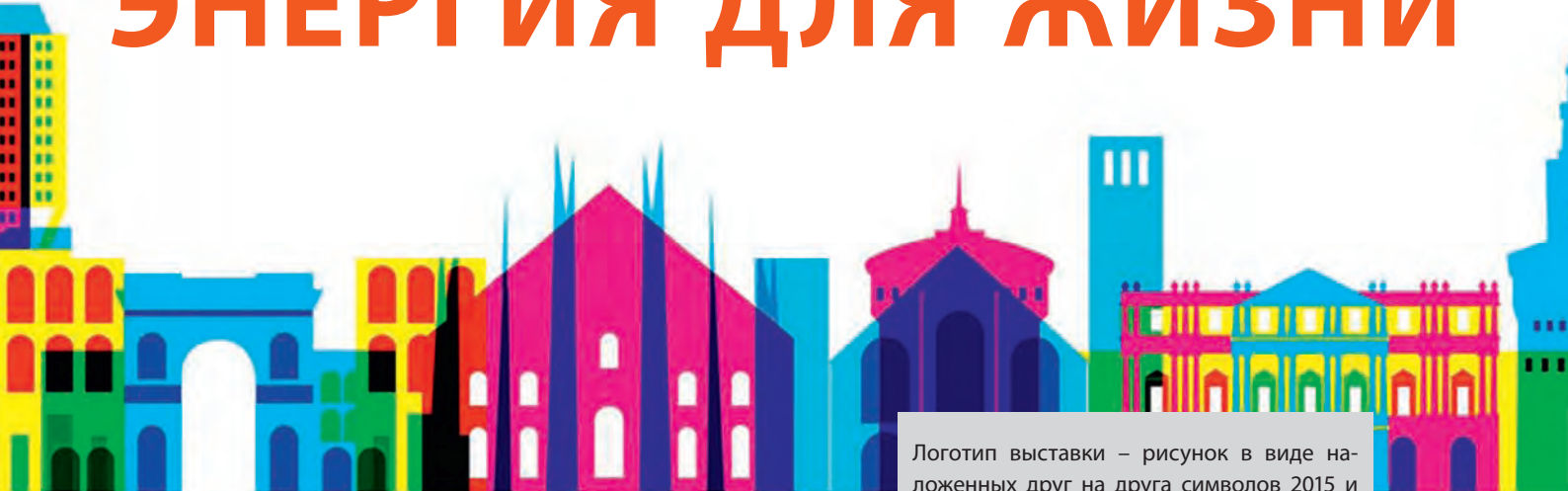
Решение о проведении выставки в Милане было принято в 2008 г. на заседании Международного бюро выставок (BIE) в Париже. Италия уже четвертый раз становится страной-хозяйкой, принимающей Всемирную универсальную выставку. Впервые ЭКСПО в Италии состоялась в 1906 г. в Милане, спустя пять лет, в 1911 г., выставку принимал Турин, а в 1992 г. двери павильонов крупнейшего международного смотра распахнулись в Генуе.

Для Италии проведение Всемирной выставки пришлось как нельзя вовремя – национальная экономика всё ещё выходит из рецессии, и проведение такого глобального мероприятия позитивно скажется на её состоянии. По ожиданиям организаторов и правительства страны, подготовка и проведение ЭКСПО–2015, а также её отдаленные последствия до 2020 г. принесут экономике страны 23 млрд евро и прямо или косвенно обеспечат работой более 190 тыс. человек.



Двери павильонов на ЭКСПО–2015 открыты с 10 утра до 11 вечера. Вечером посетить выставку дешевле, чем днем.

# ЭНЕРГИЯ ДЛЯ ЖИЗНИ



Выставка открывает широкие возможности и для развития туристической отрасли Италии. Ожидается, что за время работы выставку посетят более 20 млн человек, что дополнительно привлечет в отрасль более 4,5 млрд евро.

Организацией проведения выставки занимается акционерное общество EXPO-2015, 40% акций которого принадлежат Министерству экономики и финансов Италии, по 20% – региону Ломбардия и городским властям Милана и по 10% – провинции Милан и Торговой палате Милана.

Как повелось с момента проведения первой универсальной выставки в Лондоне в 1851 г., каждая страна-участница имеет возможность показать свои последние достижения в пространстве одного павильона. По сути, национальная экспозиция становится своего рода посольством на территории выставочного центра и знакомит гостей с культурным многообразием и достижениями того или иного государства.

Выставочный центр «Фьера Милано» расположен на северо-востоке города и имеет удобное транспортное сообщение с аэропортами города. Добраться до выставки можно на метро (конечная станция красной ветки Rho Fiera, специально открытая на территории выставочного центра), на высокоскоростном поезде или автомобиле (к услугам гостей более 14 тыс. парковочных мест, парковочное место можно забронировать на сайте).

Экспозиция павильонов, кластеров и специальных зон выстроена вдоль главных перпендикулярных осей: Декуманоса – главной улицы, протянувшейся с востока на запад на полкилометра, и Кардо – длиной 350 м, пересекающей выставку с севера на юг. Главные достопримечательности выставки – пространство для отдыха и представлений Lake Arena, Открытый театр для официальных представлений и концертов, ландшафтная зона «Средиземноморский холм», а также традиционный

**Участниками Всемирной выставки стали 145 стран, крупнейшие международные организации и несколько транснациональных корпораций.**

итальянский дом-ферма Cascina Triulza – расположены на концах осей.

В работе выставки примут участие 145 стран, три международных организации – Европейский союз, Организация Объединенных Наций и Карибское сообщество (CARICOM), 13 некоммерческих организаций, в числе которых Всемирный фонд дикой природы, а также 5 международных компаний.

Логотип выставки – рисунок в виде наложенных друг на друга символов 2015 и EXPO – был выбран по итогам конкурса среди студентов итальянских вузов. Им заменили первоначальный вариант логотипа в виде рисунка Витрувианского человека Леонардо да Винчи. Талисманом выставки стал человечек Foody, созданный из разных элементов – чеснока, апельсина, банана, арбуза, яблока, синей кукурузы, манго, инжира, груши и редиса.



**TAVOLA PLANETARIA**

Павильон Италии





Билеты на EXPO–2015 можно купить онлайн на сайте выставки. Организаторы постарались заблаговременно реализовать максимальное количество билетов. Они объявили, что стоимость билетов, купленных онлайн заранее, ниже. С 1 мая цена билетов повысилась. Однодневный билет на выставку с открытой датой посещения стоит 39 евро, с фиксированной датой – 34 евро (до 1 мая стоимость билета составляла 32 и 27 евро соответственно). Стоимость билета на вечернее посещение (с 19:00 до 23:00) ниже – всего 5 евро. На сайте выставки можно забронировать билет на любую дату для одного человека, семейного или группового посещения.

**Выставка располагается на территории Миланского выставочного центра Fiera Milano, одного из самых крупных в Европе. EXPO занимает площадь более 1 млн кв. м.**

Для 69 стран, которые не имеют своего павильона, ЭКСПО предлагает участие в специализированных кластерах, подразделяющихся на 9 тем: «Рис» (5 стран), «Какао и шоколад» (6 стран), «Кофе» (9 стран), «Фрукты и бобовые» (8 стран), «Специи» (4 страны), «Зерновые и клубнеплодовые» (6 стран), «Биоразнообразие Средиземного моря» (10 стран), «Островные государства, море и продукты питания» (13 стран), «Засушливые зоны» (8 стран).

Выставочное пространство делится на 5 тематических зон. Это павильон Zero, призванный продемонстрировать историю, культуру потребления и производство пищи; Парк будущего, задача которого – исследовать новые технологии в производстве продовольствия и потребления; Детский парк, который позволит детям не только отдохнуть во время визита на выставку, но и получить новые знания об окружающем мире; Искусство и продукты питания – выставочное пространство, где посетители смогут погрузиться в атмосферу объектов искусства и мультимедийных проектов; Парк биоразнообразия – специальная зона, созданная при сотрудничестве различных итальянских структур, призванная привлечь внимание к сохранению биоразнообразия органических и натуральных продуктов Италии.

Одним из практических результатов выставки станет уже существующая интерактивная коллекция рецептов различных кухонь мира, создаваемая пользователями. Организаторы запустили специальный сайт [www.worldrecipes.expo2015.org](http://www.worldrecipes.expo2015.org), а также мобильное приложение, на котором можно найти рецепты с описанием приготовления, калорийности и полезных свойствах различных блюд.

Для посетителей выставки и гостей Милана запланирована обширная программа, включающая многочисленные культурные мероприятия. Посетители выставки смогут увидеть выступление знаменитого Cirque du Soleil, билеты на которое можно купить онлайн.

Россия одной из первых стран подала свою заявку на участие в выставке EXPO–2015. Девиз российского павильона – «Растим во благо мира. Возделываем во имя будущего». Для России участие в выставке в свете непростой экономической ситуации является крайне важной задачей, призванной способствовать укреплению имиджа страны как глобального производителя продовольствия. Именно здесь Россия покажет свои возможности в плане обеспечения продовольственной безопасности и продемонстрирует достижения в сфере здорового питания.

Заказчиком российского павильона выступает Министерство промышленности и торговли России. Возведение конструкций на-





В ходе подготовки России к выставке ЭКСПО–2015 был создан Экспертный совет, который по поручению оргкомитета участвовал в разработке концепции и тематико-экспозиционного плана российского павильона. Экспертный совет возглавил президент компании Crocus Group Арас Агаларов. Представители совета участвовали в обсуждении проекта павильона нашей страны, в формировании состава экспонатов. Члены совета входили также в делегации оргкомитета, неоднократно посещавшие строительную площадку в ходе возведения российского павильона. Россия вложила в строительство национального павильона и в мероприятия, которые будут проходить в период ЭКСПО, более 2 млрд руб. Российский павильон на выставке станет одним из самых больших. В нем будет представлена информация об истории, культуре и кулинарных пристрастиях народов, населяющих Россию. В работе выставки примут участие около 20 российских регионов, каждый из которых представит свои достижения согласно заданной выставкой теме.



чалось летом 2014 г. Российский павильон разместился на участке площадью 4 тыс. кв. м рядом со Средиземноморским холмом. Рядом расположились павильоны Эстонии, Японии, Словакии, Омана. Также неподалеку находятся кластеры «Засушливые зоны», «Островные государства, море и продукты питания» и «Биоразнообразие Средиземного моря».

Проект российского павильона для участия в EXPO–2015 разработан в российском бюро SPEECH архитекторами Сергеем Чобаном, Алексеем Ильиным и Мариной Кузнецкой. Авторы опирались на архитектурное наследие России, участвовавшей во всемирных выставках с 1851 г., и СССР, павильоны которого были выдающимися сооружениями с точки зрения архитектуры и оформления.

Павильон России на EXPO–2015 представляет собой деревянный фасад и вытянутый 30-метровый навес, выполняющий также функцию защиты от солнца. Крыша павильона, выполненная, как и вся конструкция, из экологичных материалов – дерева и стекла, является открытой смотровой площадкой для посетителей.

Российский павильон призван показать гостям выставки Россию как мирового производителя продовольствия и поставщика продуктов, продемонстрировать этнокультурное многообразие и богатство страны, ее вклад в развитие мирового сельского хозяйства. В раскрытии основной темы выставки присутствуют образы великих русских ученых Д.И. Менделеева и Н.И. Вавилова, внесших огромный вклад в развитие науки.

**Наталья ГРЕБЕНЮК**

**День России на Всемирной универсальной выставке EXPO–2015 состоится 10 июня.**



# МИЛАН: ПЕРЕКЛИЧКА ВРЕМЕН

В Милане 1 мая начала работу Всемирная выставка ЭКСПО–2015, событие, призванное показать достижения человечества: самые масштабные проекты и смелые идеи в сфере науки, технологий, архитектуры и промышленных решений. Больше ста лет назад Милан уже принимал такую выставку, так что можно оценить, какой путь прошло человечество за этот век.



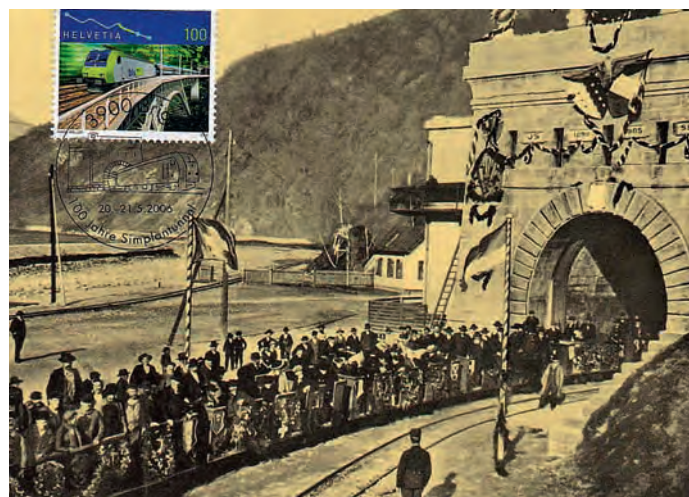
Принимать у себя Всемирную выставку – большая честь. И Милан делает это не впервые. В 1906 г. Милан стал местом проведения Всемирной выставки, которая получила официальное название L'Esposizione Internazionale del Sempione (Международная симплонская выставка). Она открылась 28 апреля и продлилась до 31 октября 1906 г. Властям города и организаторам пришлось потрудиться.

В начале XX в. Италия всеми силами старалась не отстать от бурной политической и экономической жизни Европы. Миром правила Британия с ее растущим военным потенциалом, всё еще действовавшей системой колоний и нескончаемым потоком денег оттуда. Ей в затылок уже дышала Франция, которая не могла позволить себе жить за счет старых заморских владений, ей приходилось делать ставку на новые технологии и растущий промышленный класс. Недавно почивший канцлер Отто фон Бисмарк оставил Германскую империю в зените славы, жаждущую реванша за годы диктата Пруссии и Австрийской империи. При таком раскладе заявить о себе на международной арене было очень трудно. Выставка 1906 г. решила эту задачу.

Проведение первой в Италии Всемирной выставки было приурочено к открытию железнодорожного сообщения Париж – Милан и вводу в эксплуатацию 10 мая 1906 г. Симплонского туннеля в Альпах, соединившего Италию и Швейцарию. На тот момент это был самый протяженный железнодорожный туннель длиной почти 20 км. Его строительство заняло 8 лет. На открытии туннеля, которое состоялось 10 мая 1906 г., присутствовали король Италии Виктор Эммануил III и президент Швейцарской Конфедерации Людвиг Форрер.

Миланские власти и организаторы выставки очень точно подметили главную черту своего времени: промышленную революцию, развитие инфраструктуры городов, рост торговых сообщений, а также уже начав-

Проведение первой в Италии Всемирной выставки было приурочено к открытию Симплонского туннеля в Альпах, соединившего Италию и Швейцарию.



**Российский павильон, сохранившийся в фотографиях художника Александра Дурново, был построен в русском стиле деревянного «терема».**



В начале XX в. Италия всеми силами старалась не отстать от бурной политической и экономической жизни Европы.



шуюся тогда гонку вооружений. Именно поэтому темой выставки стал «Морской и наземный транспорт».

Выставка раскинулась на территории 100 га. Между двумя участками земли – парком «Семпионе» и площадью «Пьяцца делле арми», где были возведены павильоны стран-участниц, были проложены рельсы протяженностью 1,3 км, по которым курсировал электрический поезд. Он перевозил посетителей из одной части выставки в другую.

Участие в самом грандиозном на тот момент международном мероприятии приняли 26 стран, в том числе США, Канада, Османская импе-

**В Милане для выставки ЭКСПО–1906 было построено 285 павильонов на территории в 1 млн кв. м. Ее посетили 10 млн человек.**



**Павильон Франции**

рия, Россия, Китай, Япония. Последние две страны впервые участвовали в подобном смотре. Более 35 тыс. экспонентов разместились в 285 павильонах, большинство из которых представляли собой шедевры архитектуры того времени, в которой господствовал стиль модерн.

За 6 месяцев выставку посетили более 10 млн человек со всего света. К сожалению, большинство павильонов остались только на открытках. До наших дней в Милане сохранились лишь павильон «Аквариум», где до сих пор располагается городской аквариум, и Обзорная башня, бывшая часть павильона «Морской транспорт», почти полностью перестроенная в 1933 г. С нее и сейчас открывается панорамный вид на исторический центр Милана.

Выставку планировали открыть весной 1905 г., однако её пришлось перенести на год, так как туннель не успевали достроить к этому сроку. К тому же изначальный план провести всю выставку на территории парка «Семпионе» к 1905 г. показал свою несостоятельность. Желание участвовать в выставке выразили слишком много стран, и все павильоны в парке не помещались.

Организаторам пришла идея обустроить дополнительную выставочную площадь на территории бывшего военного плаца и соединить её миниатюрной железной дорогой с парком.

План выставочной площадки парка разработал итальянский архитектор Себастьян Джузеппе Локати, победитель конкурса, объявленного в 1903 г., а территорию плаца застраивали по проекту архитектора Джузеппе Соммаруга и инженера Чезаре Бьянки.

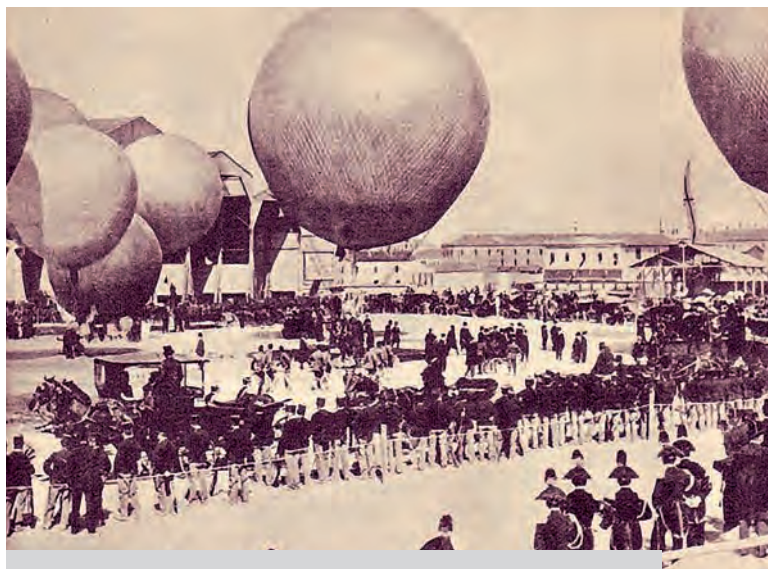
Павильоны в основном были разделены на две категории. Первая представляла собой «национальные» павильоны, построенные, как правило, с учетом архитектурных традиций стран-участниц. Внутри павильона можно было

**Улица Каира, воссозданная на выставке 1906 г.**



По случаю выставки было выпущено более 2,5 тыс. памятных открыток и фотографий, в том числе несколько плакатов, написанных и исполненных известным итальянским фотографом Леопольдом Мельтиковицем и художником Джованни Маталони. Плакаты выполнены в модном в 1906 г. стиле ар-нуво. В центре композиции плаката Маталони изображена женщина, олицетворяющая Милан. На голове у нее корона в виде главного собора города, а в руках анаграммы Ars (искусство) и Labor (труд). Композиция олицетворяла идею художественного, промышленного и научного обновления Италии.





Городские газеты пестрели статьями о выставке. О публике они писали: «толпа весело роится», «элегантная и состоятельная», экспозиция «прекрасная ночью», «...можно услышать все языки... за исключением разве что эскимосского». Итальянская газета *Domenica del Corriere* выпустила статью, где написала: «Милану удалось продемонстрировать одно из тех чудес воли, которое делает честь не только столице Ломбардии, но и всей Италии, которая с большим трудом возвращается к былому величию, пройдя через множество горьких испытаний, включая даже рабство».

ознакомиться с национальными особенностями, инженерными и научными достижениями того или иного государства. Например, павильон России, сохранившийся в фотографических работах художника Александра Дурново, был построен в русском стиле деревянного «терема». Другая категория павильонов должна была познакомить посетителей с достижениями промышленности, науки, техники, сельского хозяйства.

На небольшом пространстве выставки была воссоздана типичная улица центра Каира с двухэтажными домами из белого камня и неповторимой восточной архитектурой, внутри расположились рестораны восточной кухни, а возле входа посетителей встречал живой верблюд.

В парке «Семпионе» возле дворца Сфорца расположились павильоны, посвященные искусству, архитектуре и прикладному творчеству, там же можно было увидеть павильоны главных стран-участниц выставки. На территории «Пьяцца делле арми», напротив, расположились тематические павильоны.

Чтобы подчеркнуть неповторимость каждого выставочного объекта, использовались совершенно разные материалы. Некоторые павильоны, например «Изящные искусства и архитектура» или России, были построены из дерева, другие, такие как «Аквариум», павильоны Франции, Бельгии, Швейцарии, «Аэронавтика» и павильон «Международное общество мира», – из камня. Большинство павильонов имели фасады из мрамора или известняка, поэтому выставку часто называли в прессе «белым городом». Павильоны «Галерея промышленных искусств» и «Морской транспорт» были сделаны из модных в то время железа и металлических конструкций. Самым необычным стал павильон «Гигиена», в котором прошла выставка хирургических инструментов под патронатом Красного Креста. На выставке была создана Международная комиссия по гигиене труда, действующая до сих пор.

Бесспорный интерес вызвал павильон «Автоспорт и велосипеды». 26 мая на территории Всемирной выставки состоялся международный автомобильный конгресс и парад автомобилей – возможно, первый автосалон в мире.

## На выставке 1906 г. в Милане была создана Международная комиссия по гигиене труда, действующая до сих пор.

В павильоне «Изящные искусства и архитектура» прошли крупные выставки национального искусства Италии и Венгрии, которые привлекли огромное внимание посетителей. Италия воспользовалась своим главным козырем – всемирной славой своих художников и своим национальным художественным наследием. Рядом с работами признанных и старых итальянских мастеров соседствовали картины молодых художников, скульпторов и дизайнеров. В течение первых недель работы выставку посетили с официальным визитом все первые лица европейских стран, знаменитые люди, аристократы и состоятельные буржуа.

Как всегда на подобных смотрах, огромное внимание уделялось развлечению публики. Кроме электрического поезда публику удивляли газовые аэростаты. Для их демонстрации было выделено огромное поле. Поднявшись на аэростате при хорошей погоде, смельчаки могли полюбоваться Миланом сверху. Это был очень популярный аттракцион.

Официальный приз самого красивого выставочного объекта получил павильон «Аквариум», в котором можно было увидеть экзотических рыб Средиземного моря. На Арене, древнем сооружении возле парка «Семпионе», 1 мая состоялось чрезвычайно популярное шоу «Дикий Запад» Баффало Билла (прозвище американца Уильяма Коуди, знаменитого охотника на бизонов). В огромном Концерт-холле, гигантском сооружении, стилизованном под Венскую оперу, каждый вечер можно было послушать выступления музыкантов, игравших на самых разных инструментах, в том числе на органе.

Благодаря Всемирной выставке 1906 г. Милан получил национальное и международное признание. Она позволила промышленным компаниям и инвесторам оценить растущий потенциал города, теперь, благодаря Симплонскому тоннелю, соединённого со многими великими столицами Европы. В Италии органично соединились красота и величие прошлого с мощью настоящего и потенциалом будущего всей Европы XX века.

**Надежда КАЛМЫЧКОВА**



# «МЕССЕ ШТУТГАРТ»:

Messe Stuttgart  
Mitten im Markt



В этом году выставочному центру Штутгарта исполняется 75 лет. Кажется, солидный возраст, если не вспоминать о соседнем Франкфурте-на-Майне – коллеги из Messe Frankfurt отсчитывают историю своей компании чуть ли не с XII века.



Штутгарт, по меркам других европейских выставочных центров, молод. Но ему есть чем гордиться. Компания Landesmesse Stuttgart GmbH не только владеет выставочным центром и проводит мероприятия на своей площадке, но и выступает в роли организатора международных смотров далеко за пределами Германии.

Характерно, что это на 100% государственное предприятие, никакого частного капитала. Собственниками комплекса являются в равных долях (по 50% акций) городские власти и федеральная земля Баден-Вюртемберг. «Тихими партнерами», не владеющими акциями, счита-



**Штутгарт** – один из важнейших промышленных центров Германии, столица земли Баден-Вюртемберг. Население города – свыше 610 тыс. человек. Штутгарт берет свое название от слова Stuetgarten, оно появилось в 950 г., когда герцог фон Швабен основал в этих местах конный завод – Штудгартен. О тех временах напоминает герб города – черный скакун на золотистом фоне. После строительства в городе автозаводов будущего концерна Mercedes-Benz Штутгарт стал известен как «колыбель автомобилестроения». Город считается одним из крупнейших инновационных центров Европы и имеет самый высокий уровень благосостояния среди всех городов Германии. Это мощный центр высоких технологий и машиностроительной отрасли. В Штутгарте находятся крупнейшие в Западной Европе запасы минеральной воды, из 19 источников ежегодно вытекает 22 млн л воды.

# КОГДА МОЛОДОСТЬ НЕ ПОМЕХА

ются Торгово-промышленная палата и Ремесленная палата региона Штутгарт.

По немецким меркам, выставочный центр в Штутгарте был основан довольно поздно. Официальное административное распоряжение об учреждении компании было подписано 28 мая 1940 г., когда уже шла Вторая мировая война. Что тогда хотели экспонировать национал-социалистические власти города, неизвестно. Долгое время единственными «гостями» павильонов оставались английские и американские бомбы. К 1945 г., по свидетельству современников, площадка напоминала лунный пейзаж с кратерами и развалинами зданий.

Возрождение комплекса пришлось на послевоенные годы, когда потребность в восстановлении старых хозяйственных связей и поиске новых партнёров стала актуальна как никогда ранее.

Выставочный центр рождался заново долго и непросто, лишь в 1950 г. он появился на свет – в Штутгарте открылась Немецкая садовая выставка. В течение пяти лет, до 1955 г., были построены все основные павильоны современного комплекса.

Сегодня выставочный центр Штутгарта считается гордостью города. И власти, и бизнес-сообщество едины во мнении, что он стал одним из ключевых источников роста экономики федеральной земли Баден-Вюртемберг, а это один из самых инновационных и экономически сильных регионов Европы. Выставочный центр включает 7 стандартных павильонов площадью 10,5 тыс. кв. м, павильон L-Bank Forum площадью 26,8 тыс. кв. м (нижний зал – 20,9 тыс. кв. м, галерея – 5,9 тыс. кв. м), а также дополнительный мультифункциональный зал площадью 4,9 тыс. кв. м в конгресс-центре. Таким образом, площадь закрытых помеще-



В прошлом году в выставочном центре Штутгарта прошли 72 выставки, в которых приняли участие 21,4 тыс. экспонентов и которые посетили 1,3 млн человек.

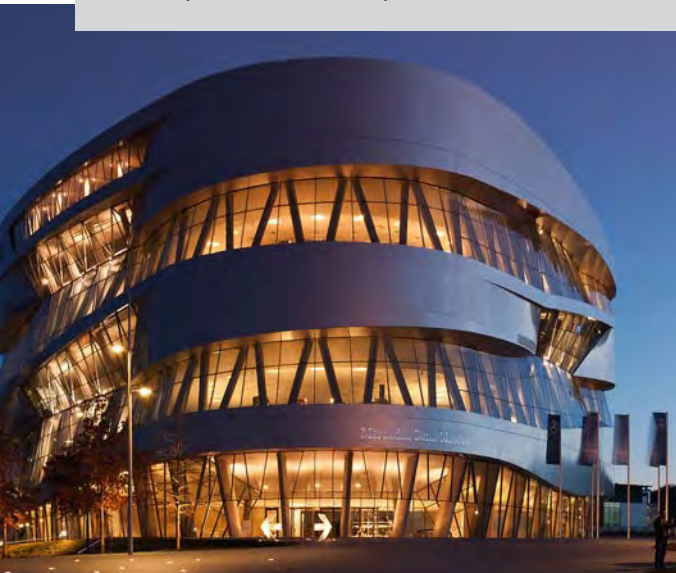
Закрытая площадь выставочного центра превышает 105 тыс. кв. м. Еще 40 тыс. кв. м приходится на открытые территории.





**В 2014 г. доходы компании Landesmesse Stuttgart GmbH достигли 137 млн евро.**

Достопримечательностью Штутгарта является музей Mercedes-Benz. Он находится в очень своеобразном здании, созданном архитектурным бюро UN Studio. Геометрия здания завязана на центральном атриуме, а внешне оно напоминает трехлистный клевер. На создание комплекса, в состав которого входит музей, было затрачено 150 млн евро.



## Выставки в Штутгарте

В выставочном центре Штутгарта проходят выставки компании Landesmesse Stuttgart GmbH по самым разным направлениям. Крупнейшие из них следующие. Intergastra (гостиничный и ресторанный бизнес, кондитерские и кафе); Intervitis Interfructa (виноделие, садоводство, производство фруктовых соков и спиртных напитков); Suedback (хлебопекарная и кондитерская промышленность); Sueffa (мясная продукция); AMB (металлообрабатывающее оборудование и технологии); Eltefa (электротехника и электроника); LASYS (лазерная обработка материалов); R+T (рольставни, ворота, двери, солнцезащитные конструкции); VISION (промышленная обработка изображений и технологии идентификации); IT&Business/DMS Expo/CRM-экспо (управление документооборотом и электронное архивирование информации) и другие.

ний составляет 105,2 тыс. кв. м. Открытая территория, на которой могут размещаться экспозиции, занимает 40 тыс. кв. м.

В 2017 г. планируется начать строительство нового павильона оригинальной архитектуры. После его ввода в строй общая закрытая выставочная площадь возрастет до 120 тыс. кв. м.

Все павильоны выполнены из стекла и стали, оборудованы в соответствии с последними достижениями современных технологий.

Широкой известностью пользуется местный конгресс-центр, предлагающий более 20 полностью оборудованных залов вместимостью от 20 до 4,9 тыс. человек. При максимальной загрузке он может принять конгрессы с участием до 10 тыс. человек.

Неудивительно, что Штутгарт привлекает десятки крупнейших мировых конгрессов и сотни отраслевых конференций меньшего формата.

Безусловным преимуществом и удобством площадки является транспортная доступность и, особенно, соседство с Штутгартским аэропортом, до которого можно пешком дойти за 5 минут. Прилегающая парковка рассчитана на 8,2 тыс. автомобилей.

В 2014 г. на территории комплекса, признанного одним из самых загруженных в Германии, прошли 72 отраслевые выставки, в которых приняли участие 21,4 тыс. экспонентов, включая 20% зарубежных, число посетителей превысило 1,3 млн человек. Общая сумма доходов компании достигла 137 млн евро. Сегодня в ней работают 320 сотрудников.

В Штутгарте проходят выставки самой разной тематики, но всех их отличает нацеленность на растущие сегменты рынка, ориентация на конкретные профессиональные группы экспонентов и посетителей и, что особенно характерно, глубокая отраслевая специализация.

**В 2017 г. в «Мессе Штутгарт» начнут строительство нового павильона оригинальной архитектуры. После его ввода в строй общая закрытая выставочная площадь возрастет до 120 тыс. кв. м.**



Одним из самых известных проектов компании является СМТ – крупнейшая в мире выставка путешествий и отдыха в формате B2C (открыта для публики). К наиболее значимым проектам выставочного центра относятся Intergastra (гостиничный и ресторанный бизнес, кондитерские и кафе); AMB (металлообрабатывающее оборудование и технологии); VISION (промышленная обработка изображений и технологии идентификации); Global Connect (международный форум инвестиций); INVEST (международная финансово-инвестиционная выставка-конгресс) и многие другие.

Помимо собственных выставок здесь проходят не менее значимые гостевые смотры, подготовленные другими организаторами.

Говоря о компании Landesmesse Stuttgart GmbH, нельзя пройти мимо международной деятельности, которую ведет специально созданная фирма MSI (Messe Stuttgart International). В 2010 г. появились её зарубежные филиалы в Китае и Турции, в 2013 г. – в США. Сегодня MSI проводит собственные мероприятия и участвует в подготовке совместных проектов более чем в 54 странах мира, включая Россию.

Внимание к гостю, оказавшемуся на территории выставочного центра Штутгарта, порой просто удивляет.

В отличие от коллег в других городах Германии, здесь всерьёз озаботились удовлетворением религиозных потребностей экспонентов и посетителей. В главном атриуме Восточного входа, между терминалом электронных платежей и лифтом, находится Форум церковей (Forum der Kirchen). В специальном помещении дежурят представители различных религиозных организаций, которые всегда готовы выслушать человека, вступить в диалог и, при необходимости, помочь (разумеется, морально).

Помимо этого, граждане, желающие отключиться от выставочной суеты, могут воспользоваться «помещением для благоговения» (Andachtsraum). Здесь гарантирована полная тишина и изоляция, но только в течение 15 минут: расслабился сам – дай отдохнуть соседу.

Другая достопримечательность – выставочный магазин, открытый в течение всех дней монтажа, работы и демонтажа выставок. По сути это огромный супермаркет, в ассортименте которого есть продукты питания, хозяйственные товары и строительные материалы. Здесь найдется всё, что, так или иначе, пригодится для работы на выставке, – от канцелярских кнопок до строительной оснастки.

На территории работают два ресторана самообслуживания и несколько кафе-бистро с самым широким ассортиментом горячих и холодных блюд. При этом заведения не претендуют на высокий статус и эксклюзивные названия: «Ресторан на воде» имеет 220 мест, «Ресторан в парке» – 270. К каждому из них примыкает терраса, где в хорошую погоду может разместиться еще 100 гостей.

Выставочный центр Штутгарта родился не в самое лучшее время, но за 75 лет сумел стать одним из самых динамичных и современных в Германии, распространил свою деятельность почти на весь мир и, что немаловажно, создал для гостей все возможные удобства вплоть до комнаты медитации. Всем бы так...

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

## ОТЕЛЬ «ГОСТИНЫЙ ДОМ»

Деловой подход и семейные ценности  
Русское гостеприимство с европейским комфортом



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

10 мин до Крокус Экспо  
30 мин до Шереметьево

# 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.).

## ОСОБЕННОСТИ СПРОСА НА ВЫСТАВОЧНЫЕ УСЛУГИ

*Чувствительность потребителей и поставщиков к ценам на выставочные услуги. И на мировом, и на российском рынках наблюдается общая закономерность: цена не является главенствующим фактором при принятии решения об участии в выставке. Снижают чувствительность экспонентов к изменениям цен на выставочные услуги следующие обстоятельства:*

- уникальная ценность выставки, участие в которой приносит жизненно важную выгоду бизнесу экспонента;
- отсутствие выставочных услуг-конкурентов и заменителей;
- трудность сравнения; вследствие малой значимости вещественного компонента и материальной доли в составе выставочных услуг экспонентам трудно сравнивать результаты участия в выставках и объективно сопоставить эффективность выставочных услуг даже после того, как они ими воспользовались;
- расходы на приобретение выставочных услуг существенно ниже доходов, получаемых в результате их потребления.

Для экспобизнеса уровень стоимости выставочных услуг имеет основополагающее значение. Цена не может быть слишком низкой. Ведь без достаточного финансирования невозможно обеспечить надлежащую эффективность выставочных услуг, нельзя сделать хорошую выставку. А это чревато массовым уходом участников экспопроекта.

Эластичность спроса на выставочные услуги по цене. Поскольку выставки специализированы и выбор невелик или вообще отсутствует,



Спрос на участие в выставках слабо чувствителен к изменению цен, поскольку адресованные профессионалам выставочные услуги приобретаются на деловом, а не на потребительском уровне и, обладая уникальной ценностью, не подлежат равноценной замене аналогами.

Расходы на приобретение экспоуслуги составляют лишь около 25% от суммарных затрат, связанных с работой на выставке

# В ВЫСТАВОЧНОМ ДЕЛЕ



Потребителя выставочных услуг в первую очередь волнует не стоимость, а реальная польза от участия в выставке. Цена не является главенствующим фактором при принятии решения об участии в выставке.

экспоненты не очень чувствительны к ценам. Потребителя выставочных услуг в первую очередь волнует не стоимость, а реальная польза от участия в выставке. Если выставка признаётся эффективной и престижной, в ней будут участвовать, несмотря на высокую цену; если нет – то откажутся и от бесплатного участия.

Расходы на приобретение экспоуслуги составляют всего лишь около 25% от суммарных затрат, связанных с работой на выставке, которые целесообразны только в том случае, когда выставочный маркетинг является неотъемлемым элементом рыночной стратегии предприятия.

Проведение более «дешёвой» конкурентной выставки не является ощутимым ударом по признанному экспомероприятию, поскольку лояльные клиенты не станут из-за чуть более низкой цены изменять проверенной выставке и сложившимся традициям. С другой стороны, экспоненты хотя и предпочитают «брендовые» выставки, но не всегда готовы переплачивать за участие в них более 15–20%. Поэтому, если новый сравнительно недорогой проект не лишён успеха (постоянно увеличивается размер экспозиции и число участников), экспоненты начинают задумываться о том, что новая выставка действительно неплоха, да и стоимость участия в ней меньше, что привлекательно.

В случае, когда складывающаяся конкурентная ситуация игнорируется и цену держат на уровне, превышающем подтвержденные исследованиями границы неэластичности спроса, на фоне становления нового менее дорогого проекта будет происходить распад «старой» выставки. И напротив, когда характеристики выставочных услуг в главном совпадают с требованиями потребителей, а цены соответствуют рыночным, неэластичность спроса в разумных пределах будет сохраняться, и статус общепризнанной выставки не будет поколеблен.

Вид функции спроса на выставочные услуги. Исследования выявили, что зависимость числа экспонентов от стоимости участия в выставке не является монотонной, она более сложна и имеет экстремум и участки роста и спада.

Осуществление экспопроекта начинается с набора минимально необходимого для работы выставки числа экспонентов, которым услуги предоставляются по стартовой цене. Если выставка хорошо принимается рынком, то число экспонентов увеличивается и мероприятие растёт. Устроитель начинает поднимать цену. Если при этом число экспонентов продолжает увеличиваться, поднимая рейтинг выставки, растёт и стоимость участия. Рост с положительной обратной



Как правило, вводится ограничение на минимальную площадь стендов, открытых с двух и более сторон. Например, на выставке «Индустрия моды» угловой стенд не может быть меньше 9 кв. м, головной – 24 кв. м. Наименьший размер самых престижных центральных мест особенно велик и может достигать до 24 и 48 кв. м в случае углового и торцевого выставочных стендов соответственно.





связью идёт до тех пор, пока целевая группа возможных экспонентов в основном не исчерпывается. Когда достойных заменителей у данной выставки нет, спрос на участие практически неэластичен по цене. При чрезмерном повышении цены участие в выставке перестаёт окупаться, и число экспонентов падает.

**Разница в цене оборудованной и необорудованной площади может достигать до 40%.**

## КОНКУРЕНТНЫЕ ПРИЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕН НА УСЛУГИ ЭКСПОБИЗНЕСА

Сегодня перед экспобизнесом стоит задача сохранения спроса на выставочные услуги, что отчасти достигается путём учёта специфических запросов различных потребительских сегментов и делает необходимым проведение дополнительных маркетинговых мероприятий. В результате повышаются затраты организаторов выставок. Растущие издержки и инфляционные ожидания подталкивают к подъёму цен на выставочные площади и услуги. Однако слишком явное повышение выставочных расценок в сегодняшней ситуации чревато утратой клиентуры. Поэтому выставочное ценообразование не ориентировано на наращивание базовой стоимости услуг. Приёмы ценообразования, применяемые в настоящее время в выставочном деле, предусматривают введение гибкой системы дополнительных надбавок, которые стараются замаскировать с помощью бонусов и скингов. Главная задача состоит в том, чтобы смягчить и сделать как можно менее явным фактическое повышение цен, дабы не потерять прежних и привлечь новых экспонентов. Определение «правильной» цены выставочных услуг – это задача комплексная, и решают её сразу на тактическом и стратегическом уровнях.

## ФОРМИРОВАНИЕ БАЗОВОЙ ЦЕНЫ ВЫСТАВОЧНОЙ ПЛОЩАДИ И ЭКСПОУСЛУГ

Дифференциация цен по виду эксплощадки. Экспонентам предлагаются два вида выставочной площади в павильонах – оборудованная и необорудованная. В стоимость оборудованной площади входит помимо

Приёмы ценообразования, применяемые в настоящее время в выставочном деле, предусматривают введение гибкой системы дополнительных надбавок, которые стараются замаскировать с помощью бонусов и скингов.



стенных панелей полная комплектация стенда, включающая ковролин, фризную надпись, стандартный набор мебели, услуги по монтажу и демонтажу выставочного оборудования, а также обеспечение штатного освещения. Приобретая необорудованную площадь, экспонент получает пустое пространство в выставочном павильоне и самостоятельно занимается организацией его застройки, что, как правило, обходится дороже, нежели приобретение готовых типовых стендов, выполненных из стандартного конструктора. Дополнительные издержки связаны с оформлением допуска к монтажным работам в павильоне.

**Для экспобизнеса стоимость выставочных услуг имеет основополагающее значение. Цена не может быть слишком низкой. Ведь без достаточного финансирования нельзя сделать хорошую выставку.**

Разница в цене оборудованной и необорудованной площади в зависимости от выставки может достигать до 40%.

Цена аренды открытой площади варьируется в довольно широких пределах и зависит от выставочной площадки и тематики выставки. Например, на ярмарке «Текстильлегпром» на ВВЦ (ныне – ВДНХ. – Ред.) открытая площадь сдаётся по цене, которая составляет 40% от стоимости выставочного пространства внутри павильонов. Ставка арендной платы за открытую площадь в ЦВК «Экспоцентр» устанавливается из расчёта 50% от базовой цены.

В ряде случаев оговаривается минимальный размер стенда. Он зависит от тематики мероприятия и варьируется в довольно широком диапазоне. Так, на ярмарке «Текстильлегпром» и выставке «Безопасность и охрана труда» нижняя граница арендуемой площади составляет 4 кв. м. На крупных международных выставках минимальные размеры стендов устанавливаются и на более высоком уровне. Например, для выставок СРМ и «МосШуз» это 15 и 18 кв. м соответственно.

На некоторых выставках предусматривается предоставление по льготным ценам так называемых рабочих мест для предприятий малого бизнеса.

Международная выставка  
внедорожников, кроссоверов и вездеходов

26-30  
АВГУСТА  
2015 ГОДА



Москва  
МВЦ «Крокус Экспо»  
[www.moscowoffroadshow.ru](http://www.moscowoffroadshow.ru)

Организатор:

 **КРОКУС ЭКСПО**  
Международный выставочный центр

12+  
реклама

# ЦЕНТР ЖЕНСКОГО ЗДОРОВЬЯ



На территории торгово-выставочного и делового центра Крокус Сити, который расположен в Красногорском районе Московской области, открылся Благотворительный медицинский диагностический центр женского здоровья «Белая роза». Торжественное событие состоялось 5 марта 2015 г.

Это седьмая диагностическая клиника, открытая в рамках проекта «Белая роза», разработанного ещё в 2010 г. по инициативе и под личным руководством президента Фонда социально-культурных инициатив Светланы Медведевой.

Светлана Владимировна лично приветствовала гостей, участников и свидетелей этого значимого для женщин Подмосковья события и вместе с заместителем председателя Правительства Московской области Ольгой Забраловой и главным врачом клиники Давидом Галдава перерезала символичную красную ленту. «Центр профильный, он направлен только на диагностику онкологических заболеваний. Всего он сможет принимать около 30 тыс. женщин в год, то есть около 100 женщин в день», – сказала Светлана Медведева.

Чуть позже к почётным гостям, в числе которых были президент и владелец компании Crocus Group, меценат Арас Агаларов, директор ФГБУ «Научный центр акушерства, гинекологии и перинатологии им. академика В.И. Кулакова» Минздрава России академик РАН, профессор Геннадий Сухих, присоединился губернатор Подмосковья Андрей Воробьёв. Они осмотрели кабинеты ультразвуковой диагностики, маммографии, оснащённые самым современным диагностическим оборудованием.

Как и во всех таких центрах, в подмосковной «Белой розе» можно будет бесплатно пройти диагностику репродуктивной системы и молочных желез на выявление онкологических заболеваний. Отличительной особенностью центров «Белая роза» является максимально комфортная обстановка и атмосфера для пациенток, возможность заранее записаться на прием и пройти все необходимые исследования в течение одного дня. Центр будет работать в системе обязательного медицин-

ского страхования. Обследования в нем будут абсолютно бесплатны, пациенткам необходимо будет иметь при себе только паспорт и полис ОМС.

1 апреля 2015 г. центр принял своих первых пациентов. Это стало возможно благодаря развитию и продвижению благотворительного проекта «Белая роза» Фонда социально-культурных инициатив. Реализация проекта является конкретным примером того, как силами общественной организации при поддержке региональной власти и меценатов можно решать проблемы женского здоровья, учитывая, что это вопрос государственного масштаба.

Целью проводимой ежегодно акции «Белая роза» является сбор средств на строительство и открытие в российских регионах благотворительных медицинских центров, позволяющих своевременно диагностировать онкологические заболевания у женщин. На ежегодных проводимых Фондом концертах благотворители и меценаты вносят пожертвования на поддержку открытых медицинских центров и создание новых.

Отдельное направление деятельности центров – просветительская работа. Очень важно убедить женщин быть внимательными к своему здоровью, регулярно проходить диспансеризацию. И это не только медицинский, но и социальный аспект. Успешный старт акции и накопленный опыт не оставляют сомнений в том, что усилиями сегодняшних и потенциальных участников проекта в скором времени центры женского здоровья «Белая роза» откроются в других регионах России и помогут многим женщинам сохранить здоровье и обрести радость материнства.



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



# ЦветыЭкспо

8-10 сентября 2015

Россия • Москва • Крокус Экспо

**Главная выставка года для вашего бизнеса**

**Вся продукция зеленого сектора**

**Участники из 25 стран мира**



Приглашение на сайте

[www.flowers-expo.ru](http://www.flowers-expo.ru)

# ШОКОЛАДНЫЕ



Абрикосов, Эйнем и Сиу – эти знаменитые кондитеры конкурировали в XIX веке, их сладости конкурируют и сейчас. Какая сила, какой динамизм был заложен в этих, казалось бы, легкомысленных кондитерских магазинах, что заставляет сладкоежек и сегодня придирчиво выбирать печенье и шоколад от той или иной фабрики? Попробуем разобраться в истоках этого феноменального успеха.

Мало осталось в России предприятий, которые за последние полтора века не изменили бы профиля своей работы. Среди них – три знаменитые кондитерские фабрики: «Красный Октябрь» (бывшая «Эйнемъ»), концерн «Бабаевский» (бывшая «Абрикосова») и фабрика «Большевик» (бывшая «А.Сиу и К.»).

## ЭЙНЕМЪ

В 1850 г. Фердинанд Теодор фон Эйнем, 25 лет от роду, Вюртембергский подданный, приехал в Москву с решением начать своё дело. В те годы многие стремились в Россию, предоставлявшую неограниченные возможности для инициативных предпринимателей. Здесь для облегчения общения он стал зваться на русский манер Фёдором Карловичем. В его первой небольшой мастерской по производству конфет, которую он открыл на Арбате в 1851 г., работали всего 4 мастера. Немецкая аккуратность и настойчивость сделали своё дело. Кондитерская пользовалась успехом. Своего будущего компаньона, Юлиуса Гейса, который впоследствии подхватил и развил производство Эйнема, он встретил, будучи уже опытным кондитером. Он занимался этим уже почти 7 лет и даже получил ряд наград на всероссийских выставках. Молодые люди открыли кондитерский магазин в самом оживленном месте Москвы – на Театральной площади.

Накопив денег, предприниматели решили расширяться и приступили к постройке трехэтажной фабрики на берегу Москвы-реки, на Софийской набережной, выписали из Европы новейшую паровую машину. В справочнике «Фабрично-заводские предприятия Российской империи» об этом факте была сделана запись: «Эйнемъ. Товарищество паровой фабрики шоколадных конфетъ и чайных печений. Год основания 1867».

Федор Карлович прожил недолгую жизнь – всего 50 лет, но к этому времени его фабрика была одним из признанных лидеров в кондитерском деле России.

После смерти Эйнема в 1876 г. Гейс сам стал руководить предприятием и оказался достойным преемником Эйнема. Он не изменил названия фирмы, решив, что от добра добра не ищут: известная торговая марка пользуется успехом, и менять ее нужды нет.

В 1889 г. Гейс приобрел несколько участков земли на Берсеневской набережной, где стал строить более просторные здания с многочисленными цехами и служебными помещениями, крытыми переходами из корпуса в корпус. Формирование ансамбля фабрики было завершено в 1914 г. Все-



**Фердинанд Теодор фон Эйнем (1826–1876)** – основатель «Товарищества Эйнемъ», впоследствии кондитерской фабрики «Красный Октябрь». Эйнем умер в Берлине, однако наследники выполнили последнюю волю отца – основатель фабрики завещал похоронить его в Москве. Он был похоронен на Введенском кладбище.

У фабрики «Эйнемъ» был штатный композитор, и покупатель вместе с шоколадом бесплатно получал ноты «Шоколадного вальса», «Вальса Монпансье» или «Кекс-галопа».

# КОРОЛИ РОССИИ

го для будущей фабрики «Красный Октябрь» на Берсеневской набережной было построено 23 здания.

Карамель, конфеты, шоколад, какао, пастила, печенье, пряники, бисквиты – всё это было отменного качества, что позволяло успешно конкурировать с кондитерскими фабриками Абрикосова и Сиу.

Покупателя пытались привлечь не только вкусом, но и внешним видом изделий и их названиями: «Ампир», «Миньон», шоколад «Боярский», «Золотой ярлык». Кто откажется от такого подарка, тем более что коробки с конфетами и шоколадом отделялись шелком, бархатом, кожей?

После открытия филиала в Крыму (в Симферополе) «Эйнемъ» начал производить глазированные шоколадом фрукты – сливу, вишню, грушу, а также мармелад.

Продукцию фирмы рекламировали театральные программки, открытки, вложенные в коробку конфет.

У фабрики был штатный композитор, и покупатель вместе с шоколадом бесплатно получал ноты «Шоколадного вальса», «Вальса Монпансье» или «Кекс-галопа».

К началу XX в. «Эйнемъ» владел двумя фабриками в Москве, филиалами в Симферополе и Риге, несколькими магазинами в Москве и Нижнем Новгороде. С 1913 г. компания удостоилась чести стать поставщиком двора Его Императорского Величества.

Не забывал хозяин фабрики и о рабочих. Кондитеры, многие из которых приехали из деревень, жили в общежитии при фабрике, питались в фабричной столовой. Администрация предоставляла работникам некоторые льготы: для детей-подмастерьев была открыта школа, за 25 лет безупречной службы выдавался серебряный именной знак и назначалась пенсия, была создана больничная касса.

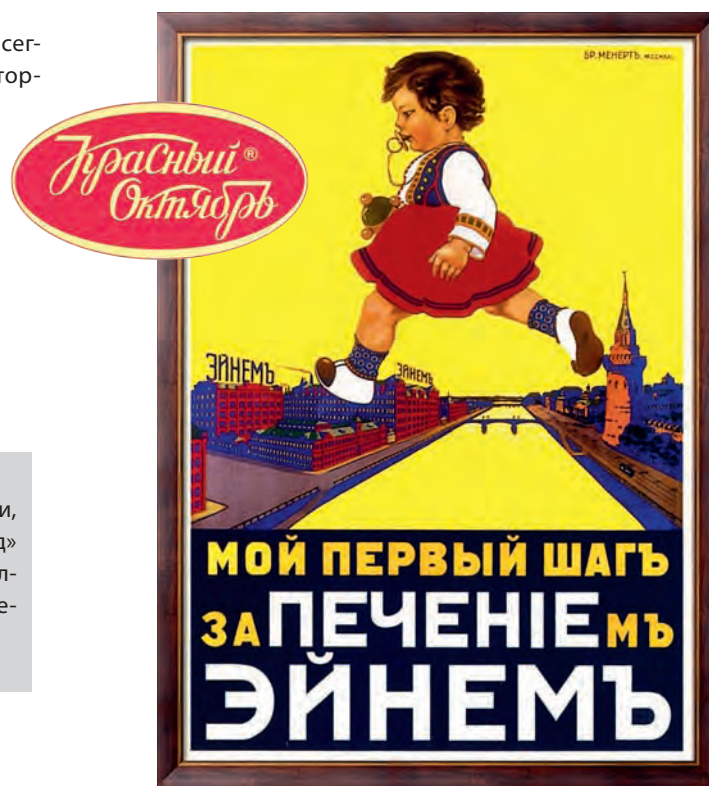
В 1918 г. фабрика была национализирована и в том же году получила название «Государственная кондитерская фабрика №1, бывшая Эйнемъ». В 1922 г. она была переименована в «Красный Октябрь», хотя ещё несколько лет после этого в скобках всегда добавлялось: «бывш. Эйнемъ» – так велика была популярность торговой марки.



Продукция «Эйнема» неоднократно получала престижные награды: в 1886 г. на Всероссийской промышленно-художественной выставке в Нижнем Новгороде ей присудили золотую медаль, а в 1900 г. на Всемирной выставке в Париже за огромный ассортимент и превосходное качество шоколада фабрика «Эйнемъ» получила самую высокую награду – Гран-при.



В 20-е годы появились многие виды продукции, которые и сегодня составляют «золотой фонд» «Красного Октября»: «Мишка косолапый» родился в 1925 г., «Южная ночь» – в 1927 г., «Стратосфера» и «Суфле» – в 1936 г.



# История успеха



## АБРИКОСОВ

Алексей Иванович Абрикосов, учредивший «Товарищество А.И. Абрикосова Сыновей в Москве», был внуком и сыном кондитера. Его дед, Степан Николаев, крепостной помещицы Левашовой из Пензенской губернии, был локотом в изготовлении всяческих лакомств и сладостей, до которых та была охоча. Особенно вкусными получались варенье и пастила из абрикосов. За это его вскоре так и прозвали – Абрикосовым. В октябре 1814 г. потомки Степана Николаева, которому в 64 года дали вольную, уже официально получили фамилию Абрикосовы.

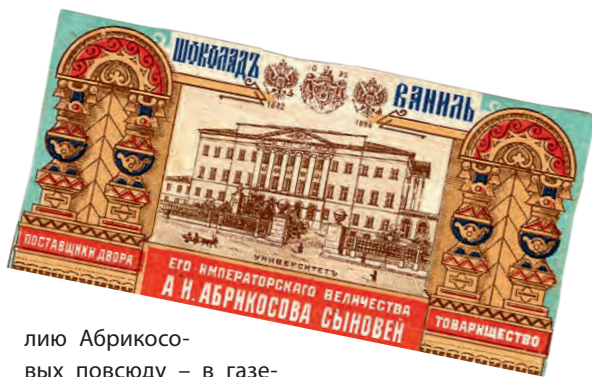
Алексей Абрикосов знал кондитерское дело с детства, ведь его отец перенял умение Степана творить сладкие чудеса и держал небольшой магазинчик. Женившись в 1849 г. на Агриппине Мусатовой, дочери московского фабриканта, за которой дали 5 тыс. рублей приданого, позволила молодому человеку открыть собственное дело.

В 1873 г. ему разрешили установить в мастерской паровую машину мощностью 12 л. с. и таким образом перевести производство в разряд фабрик. Годом позже Алексей Иванович передал фабрику сыновьям Николаю и Ивану.

Весной 1879 г. Абрикосовы приобрели на Малой Красносельской улице в Сокольниках земельный участок в 4 га, где построили новую кондитерскую фабрику. В 80-е годы XIX в. Товарищество становится крупнейшим производителем шоколада, конфет, карамели, бисквитов в Москве, входя в пятерку лидирующих фирм, поставляющих около 50% всей кондитерской продукции в России. К началу XX в. фабрика Абрикосовых было огромным по тем временам предприятием (1900 работников), где производилось около 4 тыс. т карамели, конфет, шоколада и бисквитов в год.

Кроме того, у компании была сеть розничных магазинов и оптовые склады в обеих столицах, на Нижегородской ярмарке, в Киеве, Одессе, Ростове-на-Дону, филиал фабрики в Симферополе, сахарный завод, а также собственный банк и страховая компания. В 1899 г. «Товариществу А.И. Абрикосова Сыновей» присваивается почетное звание «Поставщик двора Его Императорского Величества».

Абрикосовы, как и их конкуренты, огромное значение придавали рекламе и внешнему виду своих изделий. Публика того времени видела фами-



лию Абрикосовых повсюду – в газетах, журналах, на фасадах домов.

Магазины славились изысканным оформлением, а изделия – яркой и интересной упаковкой. Художественно оформленные металлические, картонные, деревянные, стеклянные, обтянутые бархатом или шелком коробки и банки были очень по душе рачительным хозяевам. В них еще долго можно было хранить всякие домашние мелочи.

Кондитерское предприятие процветало. В трехэтажном кирпичном корпусе на первом этаже располагались шоколадная и яблочная мастерские. Выше – пастильная, а на третьем этаже – конфетная и карамельная. Рядом с корпусом находилось благоустроенное общежитие для рабочих.

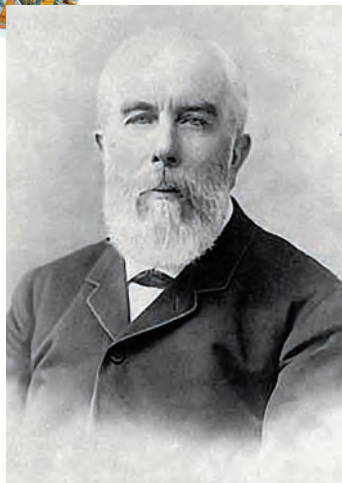
Семейство Абрикосовых славилось своей благотворительностью. Супруга Алексея Ивановича в 1889 г. открыла бесплатный родильный приют и женскую больницу с «постоянными кроватями А.А. Абрикосовой». Она завещала городу 100 тыс. руб. на устройство родильного приюта. Здание на Миусской площади на 51 койку было освящено в мае 1906 г., родильный приют стал официально носить имя Агриппины Абрикосовой. После революции он был переименован в родильный дом им. Н.К. Крупской, но в 1994 г. ему вернули имя основательницы.

11 ноября 1918 г. по постановлению бюро Московского областного совета народного хозяйства была произведена национализация фабрики Абрикосова, она стала именоваться «Государственная кондитерская фабрика № 2». Бывших владельцев отстранили от управления и перевели на технические должности. На общем собрании рабочие избрали фабричный комитет из пяти человек.

В 1922 г. фабрике было присвоено имя Петра Бабаева, председателя Сокольнического райисполкома. Однако еще несколько лет на этикетках изделий после слов «Фабрика им. рабочего П.А. Бабаева» в скобках значилось: «бывш. Абрикосова».



Разнообразие ассортимента и высокое качество продукции Абрикосовых принесли фирме победы на Всероссийских художественно-промышленных выставках в 1882 и 1896 гг.



**Алексей Иванович Абрикосов (1824–1904)** – русский предприниматель, фабрикант, основавший кондитерскую фабрику «Товарищество А.И. Абрикосова Сыновей» (ныне концерн «Бабаевский»), действительный статский советник. У Алексея Ивановича и его жены Агриппины Александровны родилось 22 ребенка – 10 сыновей и 12 дочерей, 17 из них дожили до преклонного возраста. А.И. и А.А. Абрикосовы были похоронены на кладбище Ново-Алексеевского монастыря в Москве. В 1926 г. монастырь был закрыт, а кладбище уничтожено.





в 1855 г. Адольф Сиу начал делать кондитерские изделия в подвале дома Варгина на Тверской.

### АДОЛЬФ СИУ

Француз Адольф Сиу появился в Москве вскоре после Фердинанда Эйнема – в 1853 г. Какой француз не мнит себя великим парфюмером? И Адольф не был исключением. Он начал работать на парфюмерной фабрике, однако ему это быстро наскучило, и в 1855 г. он начал делать кондитерские изделия в подвале дома Варгина на Тверской. Работал он сам, жена и подмастерье.

Французские штучки понравились публике, и семья открыла в этом же доме собственный магазин. Постепенно дело окрепло и стало набирать обороты. В 1861 г. он, верный былой привязанности, открывает ещё и парфюмерное отделение и регистрирует фирму под общим названием «А.Сиу и К.».

Сыновья Сиу получили образование во Франции, отслужили во французской армии, а затем вернулись в Россию и стали работать на отцовской фабрике. Со временем они взяли бразды правления в свои руки и решили построить фабрику по самым новейшим технологиям того времени.

В 1881 г. они основали Торговый дом «С.Сиу и К<sup>о</sup>». Для новой компании потребовался более просторный дом, и вскоре на Петербургском шоссе появилось современное фабричное здание, оснащенное по



Л. Сиу и Ко.

Карамельная упаковочная.

К концу 90-х годов XIX в. у Торгового дома «С.Сиу и К<sup>о</sup>» насчитывалось 20 цехов – для выпуска шоколада, какао, кофе, карамели, монпансье, варенья, мармелада, бисквитов, пряников, мороженого, конфет и т.д.

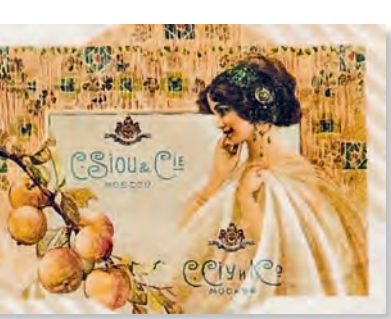


Адольф и Эжени Сиу



Завёртка карамели на фабрике Сиу





Гордостью Сиу было производство шоколада.

Продукт был редкий, изысканный, а потому дорогой.



последнему слову техники. Производственные мощности составляли более 500 л. с., небывалая сила по тем временам. Фабрика освещалась электричеством – на это зрелище съезжались посмотреть со всей Москвы. Предприятие имело несколько производств: шоколадное, кондитерское, кофейное, бисквитное и пр. Фабрика выпускала не только обычные конфеты, мармелад, пастилу, пирожные, драже, но и мороженое, пряники, варенье. Новинкой стали драже с ликером. «Пьяные» конфеты приводили покупателей в восторг.

Здесь ценили преданных работников. Ещё Адольф Сиу установил правило, согласно которому за 25 лет безупречной службы работнику дарили золотые часы, а за 15 лет – серебряные.

К 1900 г. Торговый дом «С.Сиу и К<sup>о</sup>.» имел сеть своих фирменных магазинов в самых оживленных местах Москвы – на Арбате, Тверской, Ильинке, Кузнецком мосту, Мясницкой. Причем каждый из них имел свое лицо. Так, кофейня на Кузнецком была оформлена в стиле ар-нуво по парижским рисункам. Магазин на Арбате поражал богатством стиля рококо эпохи Людовика XV.

Конфеты и прочие сладости Сиу можно было купить в Петербурге, Киеве и Варшаве. Через Нижегородскую ярмарку товары уходили в Персию и Китай. В честь 300-летия Дома Романовых «С. Сиу и К<sup>о</sup>.» впервые выпустила печенье «Юбилейное», одно из самых популярных и по сей день. В этом же году компания удостоилась звания «Поставщик двора Его Императорского Величества».

Фабрика была национализирована после Октябрьской революции и в 1924 г. получила нынешнее название – «Большевик». До 1927 г. помимо кондитерских изделий на фабрике выпускались косметические и парфюмерные товары, а также мыло.



Печенье «Юбилейное» впервые выпустила компания «С.Сиу и К<sup>о</sup>.» в честь 300-летия Дома Романовых.

Ирина МУРАВЬЕВА



Кондитерская фабрика М. С. П. О. «Большевик».

# Crocus Group

## RESTAURANTS



АВТОРСКАЯ ЯПОНСКАЯ КУХНЯ

УЛ. Б. ДМИТРОВКА, Д.20  
+7 495 645-31-91  
NOBURESTaurants.RU



ЕВРОПЕЙСКАЯ КУХНЯ

УЛ. Б. ДМИТРОВКА, Д.20  
+7 495 926-31-96  
ROSEBAR.RU



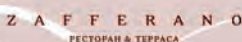
ЕВРОПЕЙСКАЯ И ПАН-АЗИАТСКАЯ КУХНЯ

65-66 КМ МКАД, КРОКУС СИТИ ХОЛЛ  
+7 495 727-16-36  
BACKSTAGEREST.RU



АЗЕРБАЙДЖАНСКАЯ, ЕВРОПЕЙСКАЯ И  
ЯПОНСКАЯ КУХНИ

65-66 КМ МКАД, КРОКУС СИТИ  
+7 495 727-26-78  
SHORE-HOUSE.RU



СОВРЕМЕННАЯ БАКИНСКАЯ КУХНЯ

НОВИНСКИЙ Б-Р, Д.8  
ТРК VEGAS, 2 ЭТАЖ  
ZAFFERANOREST.RU



ЯПОНСКАЯ КУХНЯ

НОВИНСКИЙ Б-Р, Д.8  
ТРК VEGAS, 2 ЭТАЖ  
EDOKO.RU

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

# НОВОСТИ А

Лучшие продажи весенних аукционов Christie's, Sotheby's и Bonhams «Искусство Индии и Юго-Восточной Азии» и «Современное искусство Индии».

## Позолоченная статуя Чакрасамвары и Ваджраварахи

XV в., 1,6 млн долл. (первоначальная оценка – 400–600 тыс. долл.). Аукцион Sotheby's, Нью-Йорк.

Прекрасно сохранившаяся скульптурная композиция, традиционная для Индии и Тибета, предназначенная для медитации. Она изображает божество медитации Чакрасамвару Тантру с двенадцатью руками и тремя лицами. Чакрасамвара изображен со своей супругой Ваджраварахи. Она воплощает собой мудрость и пустоту, а Чакрасамвара – блаженство. Под ногами супругов на солнечном диске на троне из лотосов лежат божества Бхайрава и Каларатри, которые символизируют победу над негативными эмоциями на пути к нирване.



## Медная фигура Шивы Бхикшатана

XVII в., 490 тыс. долл. (первоначальная оценка – 150–200 тыс. долл.). Аукцион Sotheby's, Нью-Йорк.

Шива в индуизме считается мастером танца и музыки. Однажды он захотел продемонстрировать мудрецам-риши, что человеческая сила и знания ничего не стоят без Божественной благодати. Шива принял облик прекрасного мужчины-нищего Бхикшатана, и все жёны и дочери риши потеряли голову и влюбились в него. Поэтому Шиву Бхикшатана изображают в облике молодого юноши без одежды или с одной набедренной повязкой. Статуя, скорее всего, выполнена во времена правления династии Наяк в начале XVII в.

## Статуя Будды Шакьямуни из золочено-медного сплава

XIV в., 394 тыс. долл. (первоначальная оценка – 200–300 тыс. долл.). Аукцион Sotheby's, Нью-Йорк.

Статуи Будды являются самым распространенным скульптурным изображением в Юго-Восточной Азии. История принца Сиддхартха Гаутама, который в возрасте 29 лет оставил свой дом, семью и имущество и отправился на поиски пути для избавления от страданий, стала основой для нескольких религий. Данная скульптура является свидетельством мощного наследия эстетики народа невари, который заселил долину Катманду в Тибете в средневековый период. На это указывают общая скульптурная форма фигуры, тонкие черты лица Будды и содержание сплава, из которого выполнена статуя.



# УКЦИОНОВ



## Статуя Сурьи из золочено-медного сплава из храма Ваджрабхайрава

XV в., 893 тыс. долл. (первоначальная оценка – 250–350 тыс. долл.). Аукцион Bonhams, Нью-Йорк.

Божество Ваджрабхайрава («убийца Ямы») был очень популярен в Тибете. Представленная статуя должна была вместе с семью другими скульптурами окружать трон Ваджрабхайравы. Судя по атрибутам, это бог солнца Сурья. Его иногда изображали босым с высокой короной, на которой прикреплена маска, символизирующая благоприятные силы.

## Бронзовая фигура Ваджрабхайрава и Шахти

XVIII в., 1 млн долл. (первоначальная оценка – 500–700 тыс. долл.). Аукцион Christie's, Нью-Йорк.

Распространенный скульптурный сюжет для Тибета и Индии. Скульптура, предназначенная для медитации, воплощает традиционное изображение божества «убийцы Ямы» Ваджрабхайрава, или Яматаки, и его жены – богини спокойствия Шахти. Яматаки изображается с шестнадцатью ногами, с тридцатью четырьмя руками и с девятью головами, центральная – голова быка. Он всегда обнажен, как истина, и символизирует постижение единства и недвойственности, преобразующих энергию гневных эмоций и ярости в высшую мудрость.



## Бронзовая фигура Будды

XIII в., 425 тыс. долл. (первоначальная оценка – 350–550 тыс. долл.). Аукцион Christie's, Нью-Йорк.

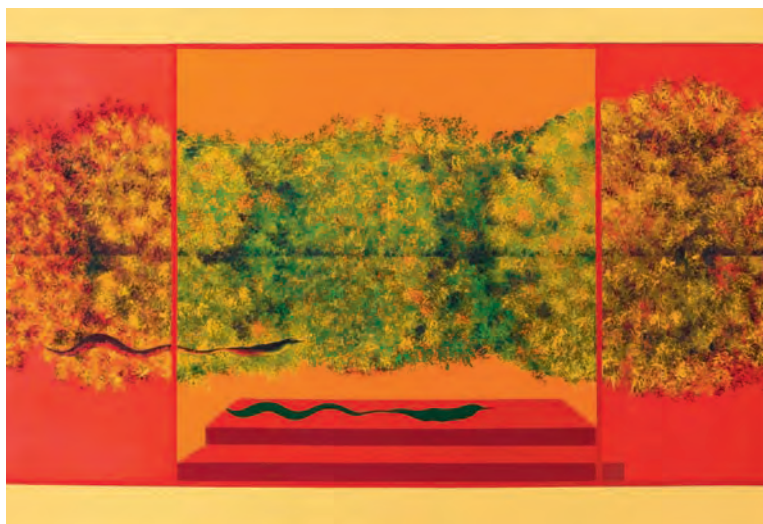
Скульптура Будды сделана в традициях средневекового Непала. Будда находится в позе Бхумиспарша-мудра, воплощая «жест касания земли». Учитель изображен в состоянии глубокого созерцания в момент достижения просветления. Ладонь левой руки повернута вверх, правая рука опущена вниз и касается земли – Будда призывает землю в свидетели свершившегося просветления.



## Васудео С. Гайтонде. «Без названия»

1963 г., 2,3 млн долл. (первоначальная оценка – 1,5–2 млн долл.). Аукцион Sotheby's, Нью-Йорк.

Самый известный художник-абстракционист в Индии. Его работы регулярно попадают на аукционы и хранятся в музее Метрополитен в Нью-Йорке. В декабре 2011 г. на аукционе Christie's его картина «Без названия» (1979 г.) была продана за 3,8 млн долл., установив рекорд цены на работы индийских художников.



## Джадши Свамнатан. «Без названия. Серия: Птица, три и гора»

1960-е гг., 442 тыс. долл. (первоначальная оценка – 100–150 тыс. долл.). Аукцион Sotheby's, Нью-Йорк.

В 1962 г. Джадши забросил карьеру журналиста и основал художественную группу «1980», которая создала свой стиль в живописи под названием «девственное состояние». Художникам необходимо было брать сюжеты из природы и интерпретировать их с помощью различных символов. Серия картин под названием «Птица, три и гора» была одной из первых попыток художника найти свой стиль.



## Амрита Шер-Гил. «Автопортрет»

1933 г., 2,9 млн долл. (первоначальная оценка – 1,2–1,8 млн долл.). Аукцион Sotheby's, Нью-Йорк.

Амрита Шер-Гил считается одной из самых удивительных и известных женщин-художниц в Индии. Как и Фрида Кало в Мексике, она совмещала национальные традиции и колорит с модернистскими влияниями постимпрессионистов, особенно Поля Гогена и Поля Сезанна. Этот автопортрет был подарен Амритой прежней владелице лично. Картина попала на аукцион впервые. До этого она хранилась в семейной коллекции.



## Глобальную экономику рвут на части

FT

«Файнэншл таймс», Великобритания

Когда-то правители перекраивали карту силой оружия. Теперь в главное поле битвы превратилась экономика. Во многих случаях санкции стали заменять собой военные действия. Режимы торговли сейчас не менее важны, чем военные альянсы. В результате под прицелом оказывается бизнес. От решений, которые принимают правительства, страдают корпорации. В 2012 г. китайцы под влиянием спора вокруг островов в Восточно-Китайском море устроили протесты на фабриках, принадлежащих Toyota, Honda, Nissan и другим японским компаниям. После этого более 40% работавших в Китае японских фирм задумались о переносе производства из страны. В свою очередь в прошлом году участники антикитайских демонстраций во Вьетнаме громили китайские предприятия.

Иногда потребители бойкотируют компании не по своей воле, а по требованию закона. Сейчас в мире действует больше санкций, чем когда бы то ни было. Они задевают не все страны в одинаковой мере: сильные экономики страдают от них меньше, чем слабые. Однако компании, лишаящиеся многолетних капиталовложений, это не утешает. Российский запрет на импорт продовольствия из стран ЕС, который был введен в ответ на европейские санкции, обрушил цены на молоко. Теперь их падение угрожает доходам британских фермеров. В результате тех же санкций германский автопром потеряет за ближайшие два года 15 млрд евро, которые он мог бы заработать в России.

Торговые переговоры тоже превратились в экономическое оружие. Надежд на глобальные договоренности всё меньше, но паутина двусторонних и региональных соглашений продолжает разрастаться. Однако сильные региональные игроки вместо того, чтобы объединять мир в единую систему, создают закрытые рынки, преимущественный доступ к которым имеют их компании в ущерб компаниям из слабых стран. Конкури-

рующие соглашения предполагают разные системы правил, отражающие интересы страны-гегемона. Государствам, которые хотели бы участвовать в двух таких соглашениях сразу, вероятно, придется трудно.

В свое время была популярна оптимистическая теория, согласно которой транснациональные корпорации должны сделать некогда враждебные друг другу страны зависящими друг от друга, что позволит им укреплять мир. Журналист Томас Фридман, говоря о глобальных системах поставок, сформулировал «Теорию предотвращения конфликтов компанией Dell». При этом предполагалось, что правительства заинтере-

ресованы в том, чтобы создавать ясные и прозрачные правила, позволяющие бизнесу процветать, невзирая на политические границы.

Однако рост напряженности между великими державами превращает былых слонов и коней корпоративного мира в пешки. Международные структуры, которые должны были

стать благосклонными попечителями, превращаются в площадки для геополитической конкуренции.

Теперь скорее всего компании дважды подумают, прежде чем инвестировать в иностранные экономики. Некоторые из тех, кто осуществлял такие инвестиции, вероятно, их отзовут. Прочие будут вынуждены играть свою, коммерчески невыгодную, роль в играх, которые они не могут контролировать. На этом фоне флагманам делового сообщества – какими бы способами они ни пытались застраховаться от опасностей нашего ненадежного времени – следует добиваться возвращения мира на тот путь, на который он собирался ступить еще недавно. Без сильных лидеров, требующих соблюдения согласованных всеми сторонами международных норм, экономическая интеграция откатится назад.

Автор – Марк Леонард, директор Европейского совета по международным отношениям.



## Могучий мегаполис

*«Четэм хаус», Великобритания*

В основном рост городского населения происходит в Африке и в Азии, и обеспечивает его миграция из деревень. В общей сложности в мире в города из сельской местности переезжают по 70 млн человек в год. В ближайшие 20 лет городское население в таких странах, как Индия, Китай, Индонезия и Нигерия, может возрасти более чем на 800 млн человек.

Неудивительно, что города стали двигателями мировой экономики. На долю 750 крупнейших городов сейчас приходится 57% глобального ВВП, и этот показатель продолжает расти. В докладе по проекту «Новая экономика климата» предполагается, что к 2030 г. на долю 500 городов будут приходиться 60% роста ВВП. Сейчас ВВП Токио больше,

В середине 2009 г. количество людей, живущих в городах по всему миру, впервые в истории превысило количество сельского населения. К 2050 г. около 70% людей в мире будут жить примерно на 3% земной поверхности – в городах. Городские агломерации становятся глобальными экономическими и геополитическими игроками, с которыми необходимо считаться. Это радикально меняет то, как мы живем, работаем и планируем будущее.

чем ВВП всей Южной Кореи или Испании, а ВВП Лондона превышает ВВП Швеции.

Однако какими бы самоуверенными ни выглядели города, им приходится преодолевать огромные трудности. При этом поражает, что агломерации самых разных размеров, находящиеся на самых разных стадиях развития, сталкиваются с одними и теми же проблемами. Это пробки на дорогах, нехватка жилья, сложности с утилизацией отходов, нехватка чистой воды, вопросы безопасности. Возьмем дорожное движение: средняя скорость движения в переживающей экономической бум столице Индонезии Джакарте составляет около 5 км в час. То же самое относится и ко многим другим крупным городам – от Пекина до Лос-Анджелеса. Это тормозит развитие и производительность экономики, приводя к многомиллиардным убыткам.

Города учатся друг у друга справиться с этими затруднениями. Недаром мэр Лондона Борис Джонсон называет себя – с характерными для него откровенностью и тщательно рассчитанной простотой – полезным для города плагиатором. Он высматривает в других городах хорошие идеи, а затем старается как можно быстрее перенести их в британскую столицу. В этом смысле крайне показательны «велосипеды Бориса» – схема проката велосипедов, названная в Лондоне в честь мэра, но изобретенная во Франции и скопированная в более чем 600 городах.



Мэры также продолжают наращивать геополитическое влияние своих городов в вопросах национального значения, таких как вопрос об иммиграции. Борис Джонсон предложил ввести «лондонские визы», которые позволят подходящим кандидатам переезжать в британскую столицу, но не в остальную часть Британии, в обход сложного иммиграционного процесса. Идея заключается в том, чтобы, привлекая творческие силы из Кремниевой долины, Бангалора или Пекина, превратить Лондон в один из мировых инновационных центров. По этому плану Лондон каждый год должен будет получать квоту на сто из тысячи виз, предназначенных для «выдающихся талантов». По словам Джонсона, Лондону достаточно будет «найти одного Стива Джобса, чтобы в наших руках оказалась Apple».

Подобные предложения указывают на потенциальные противоречия между городскими и национальными властями. Космополитизм и открытость того же Лондона явно противоречат общebritанской тенденции к усилению антииммиграционных партий.

Последствия подъема городов также сказываются на финансовых рынках. Города напрямую выходят на фондовые рынки, чтобы привлечь средства для финансирования своих гигантских инфраструктурных расходов, не обращаясь к государственной власти.

По оценке рейтингового агентства Fitch, города из развивающихся стран вскоре превратятся в крупных заемщиков, так как им нужны будут деньги на крупные проекты в инфраструктурной сфере, которой долгое время не уделялось внимания. В самих по себе городских займах нет ничего нового – Нью-Йорк выпускает муниципальные облигации с 1812 г. Новым выглядит то, что теперь эта практика распространяется на развивающиеся рынки. Некоторые города, например Буэнос-Айрес, Сан-Паулу и Богота, выходят на международные финансовые рынки, некоторые, скажем Санкт-Петербург и Йоханнесбург, активнее на вну-

тренных рынках. Китай, тем временем, начал осторожно разрешать местным властям выпускать облигации по новой пробной схеме.

Одна из любопытных тенденций урбанизации – взлёт городов среднего размера. В ближайшие 15 лет почти 40% мирового роста будут обеспечивать примерно 400 городов со средним населением менее 2 млн человек. Исторически основными двигателями роста на развивающихся рынках были мегаполисы. Именно они, то есть такие города, как Мумбаи, Сан-Паулу или Шанхай, в основном интересуют транснациональные компании, так как в них проживает большая часть людей, у которых появились деньги. Однако в будущем средние города в развивающихся странах не только будут обеспечивать изрядную долю экономического роста, но и станут заметно богаче.

Большая часть мирового среднего класса (домохозяйств с доходом более 20 тыс. долл.) к 2025 г. будет (в отличие от настоящего момента) обитать в странах с развивающейся экономикой. И большинство этих людей будут жить как раз в городах среднего размера.

Средним городам, ищущим место под солнцем, стоит присмотреться к американскому опыту. По данным Глобального института Маккинзи, средние города, такие как Остин, шт. Техас, или Роли, шт. Северная Каролина, играют важную роль в американской экономике. На их долю приходится более 70% ВВП США (для сравнения, в Западной Европе подобные города обеспечивают лишь 50% ВВП).

Успеха они добиваются разными путями. Некоторые города фокусируются на качестве (как Боулдер, шт. Колорадо) или доступности жизни. Некоторые обеспечивают жителям налоговые преимущества, как коннектикутский Стэмфорд с его обширным финансовым сектором, располагающийся прямо у границы нью-йоркской налоговой юрисдикции. Некоторые стараются просто отличаться от прочих. Например, неофициальным девизом орегонского Портленда считается: «Сохраним Портленд необычным». Хотя Нью-Йорк и Лос-Анджелес продолжают расширяться, средние города будут обгонять их по темпам роста.

Подавляющее большинство великих идей и изобретений в истории человечества возникало именно в городах. В мире с дешевыми путешествиями, развитыми технологиями связи и стремительно источающимися государственными границами будущее также определено будет городским. Горожане со временем всё чаще будут искать у местных властей ответы на самые насущные вопросы, а бизнес уже сейчас нередко разрабатывает стратегии для городов, а не для стран. Опыт городов будет формировать глобальную повестку дня. Городская жизнь также удовлетворяет человеческую потребность в близости к другим людям, порождая инновации. Судя по всему, нас ждет настоящий век городов. ■



## Бум мини-пивоварен

«Радио Прага», Чехия

В Чехии бурно растет количество маленьких пивоварен. Они не конкурируют с крупными заводами, а привлекают клиента особыми сортами пива.

В Чехии растет число мини-пивоварен. За последний год их количество возросло более чем на четверть и составило 280. Производство продукции самых маленьких пивоваренных заводов в 2014 г. выросло на 30%. Однако их доля в общем производстве пива в Чехии едва превышает 1%. Об этом сообщил президент Чешско-моравского союза мини-пивоварен Ян Шурань.

По его словам, трудно сказать, когда же мини-пивоварни перестанут размножаться с такой скоростью. «Полагаю, тогда, когда их число достигнет 350–400», – предположил он.

Общее количество продукции, производимой мини-пивоварнями, по предположениям союза, оставляет 200–250 тыс. гектолитров.

Маленькие ресторанные пивоварни не могут конкурировать с большими заводами ни по количеству производимой продукции, ни по ее цене. В среднем их пиво на 10–50% дороже, чем продукция крупных производителей. Именно поэтому небольшие пивоварни, чтобы привлечь клиентов, делают ставку на иной сорт пива, нежели светлый лагер, который наиболее распространен в Чехии и по всему миру. Благодаря небольшим объемам производства у мини-пивоварен есть шанс больше экспериментировать и варить различные ароматизированные сорта.

При этом, если пивоварня начинала с приставкой «мини», это вовсе не означает, что таковой она останется навсегда. Многие небольшие пивоварни, производившие в год менее 10 тыс. гектолитров пива, переросли эту категорию. Несмотря на давление крупных производителей пива, мини-пивоварни чувствуют себя на чешском рынке прекрасно, и можно с уверенностью сказать, что дела у них идут хорошо. ■





## Санкции выгодны Швейцарии?

«СвиссИнфо», Швейцария

По итогам 2014 г. импорт продовольствия из Швейцарии в Россию увеличился почти на 10%. Аналитики говорят, что во многом это произошло в связи с российским продовольственным эмбарго на поставки некоторых видов продуктов из стран Евросоюза. Отказ России от импорта из ЕС открыл для швейцарских производителей новые возможности.

Тот факт, что Швейцария не входит в Евросоюз, вдруг стал в России для всех очевидным после введения Россией эмбарго на поставки ряда продовольственных товаров из ЕС. До тех пор об этом знали только великие знатоки геополитики. Обычному потребителю было совершенно все равно, входит Конфедерация в ЕС или нет. После эмбарго всё изменилось. Россияне неожиданно обнаружили, что сыр из Франции завозить теперь в Россию нельзя, а из Швейцарии – можно.

Сами же швейцарские производители тоже оказались в немного странной ситуации. Перед ними вдруг открылся огромный рынок, с которого «легким движением руки» Кремля были устранены все их основные конкуренты. С другой стороны, бросаться в эту брешь они не спешили, потому что, во-первых, это выглядело бы как-то... не очень корректно, а во-вторых, как ни странно, у них на складах просто не было достаточного количества товара.

Ситуация немного, как говорится, «подвисла», но теперь, по прошествии некоторого времени, уже можно сделать первые выводы. А они однозначны: по итогам 2014 г. импорт продовольствия из Швейцарии в Россию увеличился почти на 10%, и сейчас в Конфедерации прорабатывается вопрос о том, как можно было бы активизировать продвижение швейцарских товаров на бескрайний рынок России.

Каких-либо конкретных решений пока не принято, но дипломаты подчеркивают, что сейчас у швейцарских компаний, ранее не работавших на российском рынке, действительно появились возможности попробовать начать его осваивать. Так что отказ России от импорта из ЕС действительно открыл для швейцарских производителей новые возможности.

Как и прогнозировали многие аналитики, российские импортеры были вынуждены в 2014 г. заменить некоторые европейские товары на швейцарскую продукцию. Таможенная статистика это наглядно подтверждает. По данным ФТС РФ, Швейцария сумела увеличить поставки в Россию на 9,2%, тогда как в целом по Евросоюзу экспорт в Россию упал почти на 12%.

В прогнозах речь шла прежде всего о сырах. И тут аналитики не ошиблись, хотя речь следует в данном случае вести не только о сыре, потому что, если рассмотреть структуру швейцарского импорта в РФ, мы увидим, что в целом доля продовольствия в ней выросла довольно заметно.

«Эта доля добралась до 7,3%», – отмечает заместитель начальника отдела экономики и финансов посольства Швейцарии в России Тадцио Шиллинг.

И в самом деле, если посмотреть на торговые сети и магазины, ориентированные на потребителя со средним достатком и выше, то мы увидим явный рост швейцарского присутствия. Как рассказали portalу swissinfo.ch в торговой сети «Азбука Вкуса», количество наименований сыров из Швейцарии выросло в ее ассортименте в два раза, а объемы продаж увеличились в 1,5 раза. Об этом говорит, в частности, официальный представитель «Азбуки Вкуса» Андрей Голубков. «Можно только спасибо сказать производителям из этой страны за то, что полки, например с теми же сырами, не остались у нас пустыми».

Согласно данным таможенного ведомства, увеличились поставки из Конфедерации не только традиционных сыра и шоколада, но и других продуктов, порой совершенно неожиданных. Безусловными лидерами в этом смысле стали... овощи. Их импорт в стоимостном

выражении вырос почти в 10 тыс. раз. Конечно, рост этот происходил практически от нулевой базы, и всё равно, такие результаты однозначно можно признать впечатляющими. Это касается и других наименований продуктов. Например, импорт фруктов и орехов из Швейцарии увеличился в 830 раз, мяса и субпродуктов – почти в 100 раз.

В конце 2014 г. такие показатели вызвали даже подозрение у Россельхознадзора, который предположил, что Швейцария вовсе не является производителем мяса и плодоовощной продукции, попадающих в Россию, и что она лишь перевалочный пункт между странами ЕС и РФ. «Например, были осуществлены значительные поставки шпика, которые, учитывая возможности свиноводства Швейцарии, просто не могли быть произведены в этой стране. Да и по стоимости они выдавали германское происхождение, поскольку швейцарская продукция в этой отрасли неконкурентоспособна по цене», – говорят там.

Как считает Таддио Шиллинг, учитывая текущие условия, тенденция увеличения импорта продовольствия в Россию сохранится в любом случае.

«Как правило, швейцарские производители не столько наращивают производство, сколько направляют на экспорт более солидную долю своей продукции», – подчеркивают в Центре содействия бизнесу, но тут же уточняют: «Но возможности для экспорта в Россию возникают теперь и у тех швейцарских компаний, которые раньше на этом рынке не работали, при условии, конечно, что они получают все необходимые разрешения и сертификаты соответствующих российских органов».

Насколько востребованной в России будет продукция производителей из Конфедерации? Андрей Голубков из «Азбуки Вкуса» полагает, что однозначно определить перспективы швейцарского импорта сейчас трудно. Уже сейчас, отмечает он, по своей цене швейцарский сыр, например, в три раза отличается от продукции из Аргентины. Конечно, это европейское качество, но есть психологический уровень стоимости, который может изменить направление потребительского выбора.

В любом случае, сам факт того, что бизнес из этой альпийской страны задумался над продвижением своей продукции, говорит о серьезном интересе к российскому рынку. И время для его передела сейчас, с одной стороны, удачное, с другой – все-таки рискованное, учитывая падение реальных доходов населения, которое, по прогнозам, может в 2015 г. составить 8,5%. А это, как правило, влечет за собой снижение потребительского спроса. ■



## Что Ли Куан Ю оставил Сингапuru

«Синьхуанет», Китай

В этом году исполняется 50 лет с момента образования Республики Сингапuru. Большую часть этого времени страной управлял Ли Куан Ю. За это время Сингапuru стал развитым государством, настоящим экономическим чудом Азии. В 1960 г. ВВП на душу населения составлял всего чуть больше 400 долл., в 1991 г. – больше 14 тыс. долл., в 2013 г. – 55 тыс. долл.

Это всего лишь исчисляемые показатели. За одно поколение Сингапuru удалось вырваться из бедности и стать процветающим государством, избавиться от коррупции, перейти от общества, построенного на человеческих взаимоотношениях, к правовому обществу. Стать страной, где народ живет в гармонии и имеет чувство собственного достоинства, из «точки на карте» превратиться в государство, которое имеет международное влияние.

Экономическое чудо Сингапура привлекло внимание всего мира. Значение и влияние этого чуда заключались в том, что Сингапuru не пошел по пути вестернизации, а решил обойтись своими собственными силами, взяв лучшее у Запада и Востока и выстроив свой собственный путь модернизации.

Конечно, экономическое чудо – заслуга не одного человека, но все же Ли Куан Ю – «главный архитектор» этого «творения».

Г-н Ли не стал целиком и полностью перенимать опыт Запада, а был очень избирателен. Ли Куан Ю никогда не останавливался на достигнутом. В течение полувека правительство Сингапура всегда следило за новейшими тенденциями в мире и Азии, чтобы знать о потенциальных трудностях и успеть к ним подготовиться. Ли Куан Ю верил в глобализацию, в то, что всего можно добиться, опираясь на свои собственные силы, верил, что можно выйти живым из революции, что каждая страна может и должна искать свой собственный путь модернизации. Все это и есть тот богатый опыт, который этот человек оставил своему государству. ■

23 марта 2015 г.

скончался отец-основатель и бывший премьер-министр Сингапура Ли Куан Ю. Он внес огромный вклад в социальное развитие и экономическое процветание своего государства.

# Почему Россия лучше, чем Европа

Forbes

«Форбс» США

Сначала опровержение для торопливых. Это не статья-мнение о том, почему российское общество лучше европейского. И не о том, как Европа в сговоре с США пытается разрушить безвинную Россию, рисуя ее в дьявольском образе, а из себя изображая ангела.

Однако... если вы инвестор, вкладывающий средства в Market Vectors Russia (RSX), приободритесь, друзья, и порауйтесь! CFA Institute провел опрос примерно 120 тыс. дипломированных финансовых аналитиков, и он показал, что Россия в 2015 г. является четвертым по привлекательности рынком в мире.

США – на первом месте, за ними идут Китай и Индия. Россия в этом году вытолкала с четвертого места Германию. Конечно, любой, слышавший о бароне Ротшильде или об Уоррене Баффете, знает, что когда на улицах льется кровь, надо покупать. Как сказал однажды Баффет, «за радостное единодушие приходится платить высокую цену». Россия, несмотря на все ее проблемы, вызывает еретическое восхищение.

Джереми Шварц подробно рассказал об этом, вернувшись с обеда CFA в Денвере. Шварц – руководитель исследований этого фонда. Шварц в своей статье излагает истинную правду о том, что американский распорядитель активами думает о России. Для начала, даже само упоминание России вызывает нервный смех. Но поговорите с несколькими жадными до наживы глобальными инвесторами, считающими, что Индия пользуется чрезмерной любовью, а Россию чрезмерно ненавидят, и Россия сразу начнет внушать доверие. Для некоторых парней Россия как любовница, которую надо бы бросить, но они не в силах противостоять искушению. Для других она больше похожа на фильм ужасов, в котором полный идиот бежит от гибели и пытается скрыться в сарае для инструмента, где полно ревущих и скачущих бензопил. Но давайте признаемся: «Газпром» выглядит весьма неплохо со своей четырехкратной доходностью. Это самая крупная газодобывающая компания в Евразии и самый крупный поставщик газа в Европу. Он слишком дешев, чтобы его игнорировать.

Шварц цитирует председателя Oaktree Capital Management Говарда Маркса: «Большинство великих инвестиций начинается с дискомфорта. При низких ценах маловероятны те вещи, которые вызывают у людей приятные ощущения: положительные показатели, оптимистические прогнозы. Скорее, такие цены вызывают противоречивые чувства, люди испытывают пессимизм, а показатели у таких активов слабые».

В России все очень плохо. Barclays Capital заявил что ее экономика впадает в «глубокую рецессию». Возможно, как думают некоторые, в политическом плане Россия и возвращается в советские дни. Но и цены на активы становятся такими же бросовыми,

как в советские дни. На этом в прошлом обогатилось немало инвесторов.

Российские акции всегда были обесцененными. Инвесторы в этом году снова обращают внимание на российский блошиный рынок.

Российский Центробанк провел хорошую работу по снижению волатильности валюты. Несмотря на постоянное укрепление доллара и падение нефтяных цен, рубль по отношению к доллару понизился всего на 2,6%. Евро опустился на 14%.

Глядя на Россию, мало кто из долгосрочных инвесторов придерживается точки зрения Ротшильда. «Россия слишком дешева, чтобы ее игнорировать, но пока там что-нибудь не изменится, мы пас», – говорит старший аналитик Бен Розин из инвестиционного фонда Manning & Napier, управляющего капиталом в 47,8 млрд долл. Розин сказал, что они владели российскими интернет-компаниями Mail.ru и Yandex, но ушли из России, когда во втором квартале рынок резко вырос. Инвесторы в России делали то же самое, пове-

рив плохим новостям о волнениях в Крыму. Потом начались санкции. RSX начал устойчиво расти. Когда Россия 17 марта официально присоединила Крымский полуостров, биржевые индексные инструменты за четыре месяца выросли на 22%.

«Вопрос следующий: что нам дает эта дешевая цена? Появится ли у иностранных инвесторов стремление вернуться в Россию через год или два? Особого повода для их энтузиазма мы пока не видим», – говорит Розин. Может, Россия и заняла четвертое место, отстав от США, но это очень отсталое четвертое место. США нравятся инвесторам за стоимость активов и фиксированные доходы, а также за всё то, чего нет в России: низкие издержки инвестирования, низкая инфляция, прозрачная власть и прозрачные компании, работающие в растущей и диверсифицированной экономике. А вот нефть и политика – по-прежнему самый большой фактор риска. Европе здесь тоже не о чем беспокоиться. На самом деле, дешевая нефть – это хорошо для большей части Европы. Как и слабый евро, потому что европейский экспорт становится более доступным для зарубежных покупателей.

«Пока не будет деэскалации напряженности между Украиной и Россией, рубль будет и дальше испытывать давление от избыточного предложения на продажу, – предупреждает главный рыночный аналитик из AvaGrade International Наим Аслам. – Экономические санкции и геополитическая напряженность являются серьезной угрозой для российской экономики. Нам хочется увидеть существенное увеличение спроса на нефть. Это укрепит рубль». ■

Экономика России в плохом состоянии. Из-за этого цены на активы очень низки. Дальновидные инвесторы в такой ситуации могут сделать выгодные вложения. Финансовые аналитики считают, что Россия в 2015 г. является четвертым по привлекательности рынком в мире.

## Внешняя торговля идет под откос

«Форбс», США

Данные Росстата о внешней торговле России указывают на то, что потери, которые несет вся российская экономика из-за кризиса, огромны.

В России, как и в других странах, внешняя торговля серьезно пострадала в результате финансового кризиса 2008–2009 г. Однако объемы импорта и экспорта довольно быстро поднялись на прежний уровень и вскоре побили новые исторические максимумы. Сокращение внешнеторгового оборота в течение 2014 г. было незначительным. В первых трех кварталах экспорт уменьшался примерно на 4,5%, а импорт сократился на 2,1%. Эти цифры никоим образом не катастрофические, но они явно указывали на замедление прежней тенденции и на то, что в ближайшей перспективе ситуация ухудшится. Обвал цен на нефть, а также сопутствовавшее этому обесценивание рубля показали, что, вне всякого сомнения, первые несколько месяцев 2015 г. будут неприятными. И вот Росстат опубликовал последние данные о состоянии внешней торговли. Сказать, что цифры «неприятные» – значит почти ничего не сказать.

Экспорт сократился на 31,4% – с 39,5 млрд долл. до 27,5 млрд. Совершенно очевидно, что это плохо, но, учитывая, что произошло с ценами на нефть, все могло быть еще хуже. По-настоящему пугающие цифры касаются импорта. Они совершенно провалились: сокращение составило целых 40,8%. Нет-нет, это не опечатка. За первый месяц года импорт сократился более чем на сорок процентов. Самое существенное сокращение импорта произошло в разделе «Машины, оборудование и транспортные средства». Здесь сокращение в процентном отношении (55,2%) ещё более значительное, чем общий показатель.

Ущерб, нанесенный внешней торговле России падением цен на нефть, обесцениванием рубля, западными санкциями и «собственными» ответными санкциями России, по масштабам практически равен ущербу, который нанес обвал глобальной финансовой системы, спровоцированный банкротством Lehman Brothers. Иначе говоря, всё очень серьезно.

Другие экономические показатели (например, промышленное производство, безработица) под воздействием кризиса пока существенно не изменились. В 2014 г. российский ВВП даже вырос, и хотя в начале 2015 г. объемы промышленного производства сократились, это сокращение было небольшим (в годовом исчислении сокращение составит примерно 1–2%). Однако данные о состоянии внешней торговли, представленные Росстатом, указывают на то, что потери, которые несёт вся российская экономика в связи с сегодняшним кризисом, могут быть гораздо серьезнее. Есть все основания полагать, что прежде чем проблемы с санкциями и ценами на нефть будут решены, ситуация будет только ухудшаться. ■

## Санкции остаются, Энергосоюз создается

«Дойче велле», Германия

На саммите в Брюсселе страны ЕС приняли решение создать Энергетический союз ЕС, который предусматривает объединение энергосетей стран ЕС. Цель союза – снизить зависимость от «непредсказуемых поставщиков».



Санкции Евросоюза в отношении России могут быть смягчены не ранее 2016 г. Их действие главы государств и правительств 28 стран-членов ЕС поставили в зависимость от полного выполнения Минских соглашений. На саммите ЕС в марте также было принято решение о создании Энергетического союза ЕС. Его цель – добиться снижения стоимости энергоносителей и уменьшить зависимость от поставок из России.

Санкции в отношении России были поэтапно введены ЕС в июле и сентябре прошлого года. Изначально предусматривалась возможность их пересмотра. К нынешнему саммиту главы государств и правительств 28 стран-членов ЕС подошли с различными позициями: Великобритания, Польша и государства Балтии требовали уже сейчас продлить действие санкций на год. Другие страны, в частности Италия, напротив, выступали за их смягчение уже в июле, по истечении года с момента введения. Принятое в Брюсселе решение обусловить пересмотр санкций неукоснительным выполнением Минских соглашений – компромисс, отмечают наблюдатели. Рассчитывать на полное и подтвержденное выполнение этих условий нельзя как минимум до конца текущего года, так что и смягчение санкций в июле и сентябре практически отодвигается на неопределенный срок. Этот компромисс полностью отвечает позиции канцлера Германии Ангелы Меркель.

Страны Евросоюза вынуждены закупать около половины объема необходимых им энергоносителей. Их импорт ежегодно обходится примерно в 400 млрд евро. На рынке ЕС доля российских поставок газа составляет 39%, нефти – 37%.

Участники саммита открыто заявили, что одна из целей Энергетического союза ЕС – снизить зависимость от, как выразился председатель Европарламента Мартин Шульц, «непредсказуемых поставщиков», которые используют поставки в качестве «политического оружия».

Проект предусматривает объединение энергосетей стран ЕС. Вторая цель – «добровольные механизмы консолидации спроса», попросту говоря, проведение совместных переговоров и заключения сделок с поставщиками, например «Газпромом», с целью снижения цен. Страны ЕС полагают, что с помощью этих мер до 2030 г. удастся сэкономить до 40 млрд евро. ■



## Кубинская экономика: открытость или контроль?

«Инфобэй», Аргентина

Лидеры США и Кубы объявили о нормализации отношений двух стран. Эксперты издания пытаются понять суть происходящих изменений и анализируют состояние экономики Кубы.

Министерство финансов и Министерство торговли США официально объявили об ослаблении эмбарго против Кубы. Финансовым организациям США дали право открывать корреспондентские счета на Кубе и работать с кубинскими компаниями, расположенными вне острова. Граждане США, прибывшие на остров, смогут использовать на Кубе кредитные карты. Американским компаниям стало дозволено экспортировать на Кубу компьютерную и иную технику. Гражданам США разрешено ввозить в страну приобретенные на Кубе товары для личного пользования: старинные автомобили Buick, Plymouth, Pontiac, ром и сигары.

Куба может закупать в США сельскохозяйственную продукцию и продовольствие. Остров Свободы обеспечивает себя продовольствием только на 30%.

Государственный департамент США считает, что данное решение изменит устаревшую и неработающую систему отношений новой, которая призвана принести политические и экономические свободы народу Кубы. Чтобы лучше понять суть происходящих изменений в отношениях США и Кубы, издание обратилось с вопросами к трем ведущим экспертам по проблемам американо-кубинских отношений.

«В последнее время все хотят знать, какие изменения произошли на Кубе после того, как лидеры двух стран объявили о нормализации отношений. Но надо иметь в виду, что изменения на Кубе начались не две недели назад, а гораздо раньше», – заявила изданию профессор Мичиганского университета Сильвия Педраса. Экономические реформы, провозглашенные Раулем Кастро в 2008 г., дали толчок развитию индивидуальной трудовой деятельности, созданию фермерских хозяйств, была разрешена купля-продажа автомобилей и недвижимости. «После прихода к власти Рауля Кастро началось активное продвижение экономических реформ. Он разрешил кубинцам пользоваться мобильными телефонами.

Я думаю, что Рауль всегда стремился внести рыночные механизмы в кубинскую экономику. Однако на протяжении всей истории кубинской революции такого рода инициативы жестко подавлялись его старшим братом – Фиделем», – рассказала Сильвия Педраса.

Аналогичного мнения придерживается профессор глобальных и социальных исследований Международного университета Флориды Марифели Перес. «Раулю Кастро надо было бы начать проводить реформы на Кубе еще много лет назад. Однако его брат Фидель всегда сопротивлялся коренной перестройке кубинской экономики».

Заместитель директора Научно-исследовательского института Кубы при Международном университете Флориды Себастьян Аркос полагает, что «кубинская экономика находится в ужасном состоянии. Упадок экономики начался с 60-х годов, после того как режим Кастро национализировал все частные предприятия и магазины. Благодаря всесторонней помощи СССР в конце 70-х и начале 80-х наблюдалась некая стабильность. Однако после распада Советского Союза кубинская экономика оказалось на грани катастрофы, которой чудом удалось избежать благодаря введению в стране так называемого особого периода». Он уверен, что проблемы кубинской экономики имеют структурный характер. Экономические реформы Рауля Кастро носят скорее косметический характер и не могут привести к устойчивому экономическому росту.

Министерство финансов и Министерство торговли США разрешили независимым кубинским предпринимателям экспортировать в США свои товары и импортировать американскую продукцию. При этом надо учитывать, что это может делать только частный бизнес. Закон Хелмса–Бертон по-прежнему запрещает американским компаниям торговать напрямую с кубинскими государственными предприятиями. В то же время снятие ограничений на денежные переводы из США

не может сыграть существенной роли в капитализации предприятий. «Новые правила достаточно сложные и не могут оказать существенного влияния на улучшение экономической ситуации на Кубе. Трудно представить себе, каким образом частный бизнес может заниматься внешнеторговой детальностью, если это – монополия государства», – считает Аркос.

Марифели Перес не понимает, каким образом администрация Обамы будет отслеживать, чтобы американские компании торговали только с частными предпринимателями. Кубинские законы и правила в настоящее время не позволяют это делать частному бизнесу. Тем не менее Сильвия Педраса считает, что рано или поздно, но в этом направлении надо двигаться вперед. «Даже если торговля будет идти в одном направлении – из США на Кубу, то она может быть взаимовыгодной. Так, например, в штате Мичиган производится много индейки и развита автомобильная и строительная промышленность. Если мы будем поставлять на Кубу нашу продукцию, то от этого выиграют все», – полагает Педраса.

Кубинское руководство неоднократно выражало восхищение по поводу экономической модели развития таких коммунистических стран, как Китай и Вьетнам, которые смогли быстро интегрироваться в международную экономику.

Между Китаем и Кубой много различий. Если в Китае преобладает сельское население, то на Кубе – городское. Население Китая не идет ни в какое сравнение с 11 млн кубинцев. «Я не думаю, что кубинское руководство полностью соглашается с экономической моделью Китая или Вьетнама. Кубинской элите хотелось бы иметь экономический рост, как в Китае или Вьетнаме. Но она напугана тем, что реформы могут привести к утрате власти, – полагает Аркос. – Для того чтобы стать Вьетнамом в Карибском бассейне, Кубе потребуются значительные иностранные инвестиции. Они придут лишь в том случае, если на Кубе будут осуществляться реформы и будут приняты законодательные акты по защите иностранных инвестиций. Не надо также забывать, что вплоть до отмены американского эмбарго, ни о каких значительных инвестициях не надо мечтать». Кубу нельзя поставить в один ряд с бедным Китаем эпохи Мао Цзэдуна, когда он говорил своим соратникам: «Лучше есть траву при социализме, чем деликатесы при капитализме», или Вьетнамом 1990-х годов. Рауль Кастро и его военное окружение обожают власть и держат под полным контролем экономику страны, считает Педраса.

Сильвия Педраса акцентировала внимание на том, что Китай после перехода на рыночные рельсы сделал ставку на развитие легкой промышленности и сборку высокотехнологичного оборудования. Куба всегда уделяла внимание развитию сахарной промышленности и выращиванию табака. По ее мнению, Кубе больше подходит вьетнамская модель, так как Вьетнам по своим размерам больше похож на Кубу и всегда славился своим сельским хозяйством. Вьетнам при проведении экономических реформ сделал ставку на развитие малого бизнеса, поэтому Куба могла бы в качестве примера для подражания взять эту страну, сказала Педраса. ■

# AKSIYON

## Оружейному бизнесу кризис ни почем

«Аксъон», Турция

Нет такого кризиса, который мог бы стать помехой для любви мира к оружию. По данным Стокгольмского института исследований проблем мира (SIPRI), мировая торговля оружием процветает.

По статистике ООН, 81 млн человек в мире нуждаются в гуманитарной помощи, 59 млн из них – дети. Это один из самых печальных рекордов, которые за всю свою историю побил человечество. ЕС продолжает вести борьбу с одним из глубочайших с момента его основания экономических кризисов. В нынешнем году темпы экономического роста Китая будут гораздо ниже, чем раньше. Но все это не способствует сокращению мирового оружейного рынка. Ни экономические кризисы, ни бедность, ни даже голод не в силах встать на пути любви мира к оружию. В то время как в разных странах мира жизнь миллионов людей становится всё труднее, объемы торговли оружием продолжают расти в геометрической прогрессии.

В докладе SIPRI о международном оружейном бизнесе отмечается, что, несмотря на все кризисы и многочисленные меры жесткой экономии, за последние пять лет объемы торговли оружием возросли на 16%. Как и в прошлые годы, США сохранили звание крупнейшего мирового экспортера вооружений. На сегодняшний день США контролируют 31% мирового оружейного рынка.

По словам одного из авторов доклада Од Фларан, США используют торговлю оружием как один из важнейших инструментов внешней политики. Можно полагать, что помимо России, которая за последние пять лет увеличила продажи вооружений на 37%, шанс на лидерство в долгосрочной перспективе есть и у Китая, который опередил Германию, Францию, Великобританию и поднялся с девятого места списка на третье.

На Ближнем Востоке, где кровопролитию, страданиям, нищете не видно конца, ситуация выглядит еще более тяжелой. За последнее пятилетие импорт оружия в регион увеличился на 25%. Саудовская Аравия, Алжир, Марокко, Египет, Ирак – страны, покупающие больше всего оружия в регионе. Саудовская Аравия с населением около 30 млн человек стала вторым после Индии крупнейшим мировым импортером оружия. Между тем важно заметить, что Швеция, которая годами была одним из основных поставщиков оружия в Саудовскую Аравию, недавно приняла радикальное решение, аннулировав соглашение с Эр-Риядом в этой области. ■

## Бразилия и РФ оговорчили отца БРИК

«Эль Меркурио», Чили

Когда британский экономист Джим О'Нил в 2001 г. ввел в обращение термин «БРИК», объединив Бразилию, Россию, Индию и Китай в группу развивающихся рынков, ситуация в мире существенно отличалась от нынешней. В 2000 г. темпы экономического роста в Бразилии и Индии составляли 4%, в Китае – 8,4%, в России – 10%.

По мнению О'Нила, с учетом демографического и экономического потенциала страны БРИК могли бы стать в будущем двигателем мировой экономики. В последующем к странам БРИК присоединилась Южная Африка, и аббревиатура БРИК превратилась в БРИКС.

Страны БРИКС многие годы служили примером быстроразвивающихся рыночных экономик и были наиболее привлекательны для иностранных инвесторов, даже во время недавнего финансового кризиса.

Сегодняшняя картина мира – принципиально иная. Инвесторы возлагают надежду только на США, в то время как Бразилия и Россия пытаются бороться с рецессией. Темпы экономического роста в Китае замедляются, а Индия пытается сохранить рост ВВП на уровне 7–9%.

В то время, как мир теряет веру в БРИКС, ее творец, Джим О'Нил, полагает, что БРИКС на сегодняшний день не является мертвым образованием, по крайней мере пока. Он согласился ответить на вопросы корреспондента «Эль Меркурио».

**– Многие годы известные экономисты убеждали развивающиеся страны в необходимости проведения реформ, пока существовал сырьевой бум, но многие этого не сделали. Смогут ли они выжить при низких ценах на сырье и энергоносители?**

– Не всё так однозначно. Дело в том, что два участника БРИКС – Индия и Китай – получают выгоду от низких цен на сырье. Они активно проводят реформы. В то же время Бразилия, Россия и Южная Африка не спешат их проводить и сталкиваются с серьезными проблемами.

**– Как вы оцениваете реформы в Индии и Бразилии?**

– В Индии уже заметны результаты реформ. В первую очередь, это касается высоких темпов экономического роста. Я думаю, что во второй половине нынешнего десятилетия в Индии рост ВВП будет более высоким, чем в Китае. Что касается Бразилии, то это совершенно другая история. Много говорят, но мало делают.



Британский экономист Джим О'Нил, который ввел в оборот термин «БРИК», не исключает, что Бразилия и Россия уже к концу текущего десятилетия могут выбыть из этой группы стран, если им не удастся восстановить свои слабеющие экономики.

**– Вы говорили, что членство Бразилии и РФ в БРИК может закончиться уже к концу десятилетия, если им не удастся восстановить свои слабеющие экономики. Вы не изменили свое мнение?**

– Надо подождать. Трех лет недостаточно для того, чтобы выносить столь жесткий приговор. Я уверен, что если до 2020 г. Россия не встанет на путь реформ, то она окажется намного слабее Бразилии.

**– Как бы вы расставили приоритеты для каждой из стран БРИК?**

– Бразилия должна снизить уровень инфляции и сократить свою сырьевую зависимость. Повысить конкурентоспособность своей продукции, строго контролировать государственные расходы.

В России должно восторжествовать верховенство закона, в том числе в бизнесе. Необходимо сократить свою сырьевую зависимость, повысить конкурентоспособность продукции, применить на практике принцип разделения властей, увеличить продолжительность жизни.

Индии необходимо, в первую очередь, повысить уровень образования, снизить уровень инфляции, сделать прозрачным и гласным налогообложение, разделить инвестиционные и текущие расходы.

В Китае дела идут намного лучше по сравнению с другими странами БРИКС. Китайское правительство признаёт наличие проблем и пытается их решить. Как мне кажется, сейчас самое главное для Китая – обеспечить защиту прав человека. Без этого невозможно будет в ближайшей перспективе обеспечить рост внутреннего потребления.

**– Вы всегда выступали ярким защитником БРИК. Сейчас ваше мнение не поменялось?**

– Давайте разберемся. В течение последнего десятилетия темпы экономического роста в Китае были в среднем на уровне 8%. Индия догоняет Китай по темпам экономического роста. Экономика Индии в этом финансовом году вырастет на 7–8%. Рост экономического потенциала этих двух стран демонстрирует, что БРИК увеличивает свою долю в мировой экономике. Меня только разочаровывают Бразилия и Россия. Я думаю, что течение ближайших двух лет страны БРИКС обгонят США по объему ВВП. ■

## МВЦ «Крокус Экспо», 2015 г.

### МАЙ

**19–21 мая, пав. 2, залы 7, 8**  
Международная выставка инновационных технологий для мясного и молочно-животноводства, свиноводства и птицеводства VIV RUSSIA–2015  
Организатор: VNU ExhibitionsEurope

**19–23 мая, пав. 3, залы 13, 14, 15**  
МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕБЕЛЬНЫЙ САЛОН/MIFS/RoomsMoscow–2015  
Организаторы: «МЕДИА ГЛОБ», МВЦ «Крокус Экспо», Koelnmesse

**21–23 мая, пав. 1, залы 3, 4**  
Международная выставка вертолётной индустрии HELIRUSSIA–2015  
Организатор: «Русские Вертолётные Системы»

**21–23 мая, пав. 1, зал 1**  
Московская международная выставка халяль-индустрии MOSCOW HALAL EXPO–2015  
Организатор: Совет муфтиев России

**23–24 мая, пав. 2, зал 6**  
Выставка-продажа щенков и котят разных пород «БЭСТики-шоу»  
Организатор: Клуб объединённых питомников «БЭСТики»

**26–28 мая, пав. 2, зал 8**  
Международная выставка-форум по управлению отходами, природоохранным технологиям и возобновляемой энергетике «ВЭИСТТЭК–2015»  
Специализированная экспозиция «СКРАПЭКСПО–2015: СБОР И ПЕРЕРАБОТКА ЛОМА ЧЕРНЫХ И ЦВЕТНЫХ МЕТАЛЛОВ»  
10-я международная выставка «СИТИПАЙП (ТРУБОПРОВОДНЫЕ СИСТЕМЫ КОМУНАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ: СТРОИТЕЛЬСТВО, ДИАГНОСТИКА, РЕМОНТ И ЭКСПЛУАТАЦИЯ)»  
Организатор: «СИБИКО Интернэшнл»

**26–28 мая, пав. 3, зал 20**  
7-й Всероссийский научно-образовательный форум с международным участием «МЕДИЦИНСКАЯ ДИАГНОСТИКА–2015»  
Организатор: «МЕДИ Экспо»

### ИЮНЬ

**2–6 июня, пав. 1, 3, залы 1, 2, 13, 14, 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, зал 3

Международная выставка оборудования, технологий и материалов для печатного и рекламного производства PRINTECH  
Организатор: МВК

**23–25 июня, пав. 2, зал 6**  
10-я международная выставка дизайна 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

### АВГУСТ

**18 августа 2015 г.– 12 августа 2016 г., пав. 3, зал 12**  
МЕХОВАЯ ВЫСТАВКА-ПРОДАЖА  
Организатор: Выставочная компания «Золотой век»

**26–28 августа, пав. 2, зал 8**  
КИТАЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ ВЫСТАВКА–2015  
Организатор: «Профимакс»

**26–29 августа, пав. 1, залы 1, 2, 3, 4**  
11-я международная выставка автомобильной индустрии «ИНТЕРАВТО»  
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

**26–30 августа, пав. 2, зал 7**  
Международная выставка внедорожников, кроссоверов и вездеходов MOSCOW OFF-ROAD SHOW–2015  
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

### СЕНТЯБРЬ

**8–10 сентября, пав. 1, залы 3, 4**  
Международная выставка цветов, растений, техники и технологий для цветоводства и ландшафтного дизайна «ЦВЕТЫ ЭКСПО–2015»  
Организатор: «ГринЭкспо»

**8–12 сентября, пав. 2, 3, залы 6, 13, 14, 15**  
Международный грузовой автосалон COMTRANS'15  
Организаторы: НП «Объединение автопроизводителей России», АО ITEMF EXPO

**15–17 сентября, пав. 2, залы 10, 11**  
Международная специализированная выставка хозяйственных товаров, посуды и товаров для дома HOUSEHOLD EXPO–2015  
Организатор: «МОККА Экспо Групп»

**15–17 сентября, 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»

**15–17 сентября, пав. 1, зал 1**  
Международная выставка нижнего белья, пляжной моды и чулочных изделий LINGERIE-EXPO. ОСЕНЬ–2015  
Организатор: MBK

**15–18 сентября, пав. 1, залы 2, 3, 4**  
21-я международная туристская выставка OTDYKH LEISURE  
11-я международная выставка эксклюзивного туризма OTDYKH LUXURY  
11-я международная экспозиция и конференция по медицинскому и лечебно-оздоровительному туризму OTDYKH SPA & HEALTH

4-я международная специализированная выставка оборудования, принадлежностей, инструментов и аксессуаров для приготовления барбекю, гриля, шашлыка «БАРБЕКЮ ЭКСПО»  
9-я международная специализированная выставка садового инструмента и оборудования GARDEN TOOL

Международная специализированная выставка товаров и услуг для благоустройства сада GARDEN COMFORT–2015  
Организатор: «Евроэкспо»

**21–24 сентября, пав. 3, зал 15**  
17-я МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ОПТИЧЕСКАЯ ВЫСТАВКА (MIOF)  
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

**22–25 сентября, пав. 3, зал 13**  
6-я международная выставка складских технологий, обработки грузов и внутрипроизводственной логистики CeMAT Russia  
Организаторы: «Дойче Мессе РУС», ITE

**22–25 сентября, пав. 3, зал 20**  
16-й Всероссийский научный форум «МАТЬ И ДИТЯ»  
Организатор: «МЕДИ Экспо»

**23–25 сентября, пав. 2, зал 10**  
28-я специализированная выставка бизнес-подарков, промоматериалов и рекламных сувениров «PSA РЕКЛАМНЫЕ СУВЕНИРЫ. ОСЕНЬ»  
Организатор: Reed Exhibitions

**23–25 сентября, пав. 1, залы 3, 4**  
Международная выставка домашнего текстиля и тканей для оформления интерьера HEIMTEXTIL RUSSIA–2015  
Организатор: «Мессе Франкфурт РУС»

**28 сентября – 1 октября, пав. 2, залы 7, 8**  
Московский международный стоматологический форум и выставка «ДЕНТАЛ-ЭКСПО–2015»  
Организатор: ДЕ-5

### ОКТАБРЬ

**1–4 октября, пав. 1, залы 1, 2, 3, 4**  
Международная специализированная выставка «ИГРОМИР–2015»  
Организатор: Конференция разработчиков компьютерных игр (КРИ)

**5–8 октября, пав. 3, залы 13, 14, 15**  
Международная специализированная выставка PIR EXPO. RUSSIAN HOSPITALITY WEEK–2015  
Организатор: «ПИР Экспо»

**13–15 октября, пав. 1, залы 3, 4**  
6-я международная специализированная выставка-форум «ДОРОГА»  
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

**13–16 октября, пав. 1, зал 2**  
Международная специализированная выставка «СТАНКОСТРОЕНИЕ–2015»  
Организатор: «Райт Солюшн»

**14–16 октября, пав. 3, зал 20**  
10-й НАЦИОНАЛЬНЫЙ КОНГРЕСС ТЕРАПЕВТОВ  
14-й ЕВРОПЕЙСКИЙ КОНГРЕСС ТЕРАПЕВТОВ  
Организатор: КСТ «Интерфорум»

**14–17 октября, пав. 2, залы 5, 6, 7, 8, 10**  
Международная специализированная выставка I SALONI WORLDWIDE MOSCOW–2015  
Организатор: Federlegno Arredo Eventi spa



# Календарь выставок

**14–17 октября,  
пав. 3, зал 12**

Международная выставка предметов интерьера, декора и подарков HOMI Russia-2015

Организатор: ITE

**20–22 октября,  
пав. 1, зал 4**

17-я международная выставка индустрии чистоты CLEANEXPO MOSCOW

Организатор: «Примэкспо», ITE

**21–24 октября,  
пав. 3, залы 13, 14, 17, 18**

22-я международная выставка парфюмерии и косметики InterCHARM

Организатор: Reed Exhibitions

**22–25 октября,  
пав. 3, зал 15**

Международная архитектурно-строительная и интерьерная выставка «КРАСИВЫЕ ДОМА. РОССИЙСКИЙ АРХИТЕКТУРНЫЙ САЛОН–2015»

Международная выставка интерьеров и декора «САЛОН ИНТЕРЬЕРОВ–2015»

Специализированная архитектурно-строительная выставка «КРАСИВЫЕ ДЕРЕВЯННЫЕ ДОМА–2015»

Организатор: World Expo Group

**27–29 октября,  
пав. 2, зал 5**

Международная специализированная выставка принципов, технологий и оборудования измерения массы, линейных размеров и расстояния до объекта «МИР КИЛОГРАММОВ И МЕТРОВ–2015»

Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

**27–29 октября,  
пав. 2, зал 6**

10-я международная специализированная выставка-дегустация «КАРТА ВИН»

Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

**27–29 октября,  
пав. 2, зал 9**

Международная выставка технологий для образования и профессиональной подготовки WORLDDIDAC RUSSIA-2015

Организатор: Western Line s.r.o.

**27–29 октября,  
пав. 1, зал 2**

12-я международная выставка испытательного и контрольно-измерительного оборудования AEROSPACE TESTING & INDUSTRIAL CONTROL

Организатор: ITE

**27–30 октября,  
пав. 1, зал 3**

18-я международная выставка оборудования и технологий обработки металлов и композитных материалов MASHEX

Организатор: МВК

**27–30 октября,  
пав. 1, залы 1, 4**

14-я международная выставка «Насосы. Компрессоры. Арматура. Приводы и двигатели» PCVExpo

Организатор: МВК

**28–30 октября,  
пав. 3, зал 20**

3-я НАЦИОНАЛЬНАЯ ВЕТЕРИНАРНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

Организатор: НВК

**31 октября – 1 ноября,  
пав. 3, залы 14, 15**

Интернациональная выставка собак «РОССИЯ–2015»

Организатор: Российская Кинологическая Федерация

## НОЯБРЬ

**10–13 ноября,  
пав. 3, зал 20**

7-й съезд Российской ассоциации специалистов ультразвуковой диагностики в медицине (РАСУДМ)

Организатор: «МЕДИ Экспо»

**17–19 ноября,  
пав. 2, зал 6**

Международный форум «УМНЫЙ ГОРОД БУДУЩЕГО»

Международная выставка «ИННОВАЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ И ТЕХНОЛОГИИ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ И ЖКХ»

3-й МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНЖЕНЕРНЫЙ ФОРУМ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ФОРУМ

Организатор: «Мир-Экспо»

**24–26 ноября,  
пав. 2, зал 6**

12-я международная выставка компонентов и систем для силовой электроники «СИЛОВАЯ ЭЛЕКТРОНИКА»

Организатор: «Примэкспо», ITE

**24–27 ноября,  
пав. 1, залы 1, 2, 3, 4**

14-я международная выставка лесозаготовительной техники, оборудования и технологий для деревообработки и производства мебели WOODDEX MOSCOW

Организатор: МВК

**24–27 ноября,  
пав. 2, залы 7, 8**

17-я международная выставка «PHARMTECH & INGREDIENTS – оборудование, сырье и технологии для фармацевтического производства»

Организатор: ITE

(495) 727-26-12, (495) 223-42-08  
[www.builDEXPO.ru](http://www.builDEXPO.ru)

 **BUILDEXPO**

Генеральный застройщик МВЦ «Крокус Экспо»

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