

№4 (100) 2019

Бизнес и Выставки

**РЫВОК
В БУДУЩЕЕ**

с. 14

ГЛЯДИ В ОБА!

с. 48



ПИР БЕЗ ГРАНИЦ

с. 38

**ИМПЕРИЯ
НЕ СДАЁТСЯ**

с. 58

АВТОМОБИЛЬ: ЧТО ДАЛЬШЕ?

с. 10

Бизнес и Выставки

№ 4 (100) 2019

Издатель

Араз АГАЛАРОВ

Главный редактор

Борис ФАНТАЕВ

Заместитель главного редактора

Ирина СКИБИНСКАЯ

Отдел рекламы:

Тел.: (495) 223-4215

Адрес редакции:

143401, Московская область,

г. Красногорск,

ул. Международная, д. 18

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

Учредитель:

АО «КРОКУС»

Адрес: 143401, Московская обл.,

г. Красногорск,

ул. Международная, д. 18

Дизайн-проект и верстка:

ООО «ПИКСЕЛПРО»

www.pixelpro.ru

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

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 10 000 экз. Цена свободная.

16+

От издателя	4
«Крокус»: новости компании.	5

ГЛАВНАЯ ТЕМА

«Интеравто»: событие, которого ждут	6
Машины разные важны, машины разные нужны	8
Автомобиль: что дальше?	10
Рывок в будущее	14
Китайский феномен	18
Планов громадье	22
Лучше не будет	26

ВЫСТАВКИ И РЫНКИ

Выставки, конгрессы, форумы.	30
«Крокус Экспо»: день за днем	32
Возвращение к истокам	34
Пир без границ	38
Крылышко или ножку?	42
Гляди в оба!	48
МИОФ: точный взгляд на оптику.	52
«ЦветыЭкспо»: не только про цветы	53

ВЫСТАВОЧНЫЕ И КОНГРЕССНЫЕ ЦЕНТРЫ

Ярко по-мексикански	54
-------------------------------	----

ИЗ ПРОШЛОГО

Империя не сдаётся	58
------------------------------	----



ВСЁ НА ПРОДАЖУ

Сокровища Великих Моголов 62
 Новости аукционов 64

ЭКОНОМИКА И ФИНАНСЫ

Созидательная триада 66

ЦИФРЫ И ФАКТЫ

. 69

ДАЙДЖЕСТ

ОПЕК. Что может пойти не так?. 70
 Урны, полные еды 72
 Темная сторона Amazon. 74
 Китай — США: кто впереди?. 76

КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК

Автомобили 28
 Продукты питания. 36
 «Крокус Экспо» 80



48



18



58



42



62



ОТ ИЗДАТЕЛЯ

Читатель держит в руках 100-й номер журнала «Бизнес и Выставки». Не каждое печатное СМИ сегодня может похвастаться таким юбилеем.

Журнал был задуман как источник информации для предпринимателей и специалистов, заинтересованных в развитии своего дела через участие в торговых выставках. Создавая его, мы исходили из того, что выставочная деятельность является самостоятельной сферой экономики, в которой вращаются значительные финансовые ресурсы. Организация и проведение выставок теснейшим образом связаны с многими смежными секторами — строительным, гостиничными и транспортными услугами, общественным питанием, рекламным делом, полиграфией и многим другим. Все это говорит о том, что выставочная сфера требует специального рассмотрения и изучения.

В 1990-е годы журнал способствовал созданию и развитию в России торговых выставок нового формата — компьютерной Comtek, сетевых технологий InterNetcom, продовольственных товаров и оборудования WorldFood и других. Одновременно он стал центром обмена опытом для крупнейших выставочных операторов, работающих на российском рынке.

Со временем тематика журнала расширилась и углубилась. Из узко профессионального он превратился в авторитетное издание, освещающее самый широкий круг вопросов, касающихся развития экономики и бизнеса в России и в мире, рассказывающее о лучших мировых практиках и опыте достижения успеха признанных лидеров бизнеса. На страницах журнала регулярно выступают видные представители научного экономического сообщества.

Издатель журнала «Бизнес и Выставки» и АО «КРОКУС» поздравляют редакцию с выпуском юбилейного, 100-го, номера журнала.

Уверены, что выставки всегда будут активнейшими центрами обмена информацией и двигателем развития экономики, а значит важность и востребованность такого издания, как «Бизнес и Выставки», не станет меньше.

Араз АГАЛАРОВ



Компания Crocus Group приостановила переговоры о своем участии в проекте по строительству пускового комплекса на космодроме «Восточный» в связи с существенным расхождением показателей сметной стоимости работ и реальных затрат на реализацию проекта (по состоянию на середину августа). Вопрос о том, какая компания будет проводить работы по завершению и вводу в действие второй очереди космодрома, может быть оперативно решен в случае пересмотра правительством РФ размера сметной стоимости.



Минспорта России и АО «КРОКУС» подписали соглашение о сотрудничестве и взаимодействии в рамках реализации федерального проекта «Спорт — норма жизни». В соответствии с этим соглашением «КРОКУС» примет участие в организации выставки и деловой программы в рамках Международного форума «Россия — спортивная держава» в октябре этого года в Нижнем Новгороде. Минспорта России окажет поддержку в проведении АО «КРОКУС» в мае 2020 г. спортивной выставки, посвященной развитию бизнеса в спорте.




На территории «Крокус Экспо» прошел финал технологического конкурса Up Great «Первый элемент. Воздух», ориентированный на разработку экологически чистых и энергоэффективных водородных топливных элементов для малых беспилотных летательных аппаратов. Организаторы конкурса — Российская венчурная компания, Фонд «Сколково» и Агентство стратегических инициатив. Победителем становится команда, чей летательный аппарат на водородном топливе продержится в режиме полета дольше всех, но не менее трех часов. Поставленные условия никому выполнить не удалось, в связи с чем остался невостребованным объявленный приз в размере 60 млн руб.

Медиахолдинг «ЖАРА», возглавляемый первым вице-президентом компании Crocus Group Эмином Агаларовым, стал новым владельцем журнала ОК! Согласно планам нового владельца, формат издания для читателей и условия сотрудничества для рекламодателей останутся прежними. В редакционной политике также не планируется изменений.



Компания Crocus Group, являющаяся владельцем торгово-развлекательного комплекса VEGAS Кунцево, опубликовала официальный комментарий относительно состояния Большого Немчиновского пруда, расположенного рядом с ТПК. Согласно комплексной проверке «Мосводоканала», Росприроднадзора и Прокуратуры Московской области, система водоотведения ТПК VEGAS никаким образом не связана с Немчиновским прудом. Источником поступающих в него загрязнений являются расположенные рядом поселения.

«ИНТЕРАВТО»: СОБЫТИЕ, КОТОРОГО ЖДУТ

A photograph of a car body on an assembly line. The car is white and is positioned on a yellow and black striped conveyor belt. Several workers in light blue uniforms and caps are visible around the car, working on it. The background shows the industrial setting of a factory with overhead lights and various mechanical components.

После летнего затишья новый выставочный сезон в «Крокус Экспо» традиционно открывают выставки автомобильной тематики. В этом году со 2 по 5 сентября гостей будет принимать 15-я международная выставка автомобильной индустрии «Интеравто».

В масштабной деловой программе проекта ежегодно принимают участие эксперты мирового уровня.

Организатор — компания «Крокус Экспо» — проводит это мероприятие уже полтора десятка лет. Официальную поддержку оказывают НП «Объединение автопроизводителей России» (ОАР) и Национальная Ассоциация производителей автомобильных компонентов (НАПАК).

«Интеравто» — один из крупнейших в России специализированных проектов автомобильной индустрии, который ежегодно объединяет на одной площадке широкую профессиональную аудиторию: производителей и дистрибьюторов автокомпонентов, запчастей, комплектующих, автохимии, лакокрасочной продукции, оборудования для техобслуживания и ремонта автотранспорта; представителей автосервисов, тюнинг-ателье, страховых компаний, федеральных и муниципальных органов власти, специализированных СМИ. Выставка демонстрирует потенциал российских компаний, способствует налаживанию политики сбыта, установлению новых деловых связей и укреплению бизнес-позиций.

В этом году на площади 25 тыс. кв. м свои товары, услуги и новейшие решения из всех сфер автоиндустрии представят более 400 компаний из 20 стран мира и 44 регионов России.

На площади 25 тыс. кв. м свои товары, услуги и решения представят более 400 компаний из 20 стран мира и 44 регионов России

Среди участников «Интеравто-2019» — крупнейшие представители национального автомобильного сектора. В новом формате будет представлен индустриальный потенциал регионов: НАПАК организует специальную экспозону RUSAUTOconnect, где будут демонстрироваться проекты и решения отечественных и зарубежных предприятий.

В масштабной деловой программе проекта ежегодно принимают участие эксперты мирового уровня. Каждый может выбрать наиболее подходящий для себя формат делового общения: пленарные заседания, дискуссионные панели, встречи и переговоры с ключевыми участниками рынка, посещение производственных площадок, консультации технологов и экспертов, отраслевые воркшопы и многое другое.

В рамках программы 2019 г. участники обсудят основные направления организации поставок для автопромышленного рынка, тенденции автомобильной

индустрии, ее текущие проблемы и пути решения. Отличительной чертой станет комплексный практический подход к развитию отрасли — от определения востребованной категории продукта поставок и формирования консолидированного бизнес-кейса до решения оперативных вопросов организации эффективного производства и удовлетворения требований конечного потребителя.

Значимым событием деловой программы станет Международная конференция поставщиков автомобильной промышленности «Интеравто 2019» (2 сентября). Ведущие российские и международные поставщики автокомплектующих, оборудования, сырья и материалов обсудят особенности динамики развития индустрии автокомпонентов на новом высокотехнологичном уровне. В рамках мероприятия запланированы межрегиональная промышленная сессия «Вертикальная интеграция в автопроме. Перспективы и задачи на ближайший период», международная инвестиционная сессия «Новые тренды и предпочтения инвесторов.

Оперативный запуск и реализация проектов в региональных промышленных кластерах», круглый стол «СПИК-2. Преференции и особенности заключения». 3 сентября состоится 24-я сессия Международной программы развития поставщиков автомобильных компонентов и комплектующих промышленного назначения.

Помимо этого, 4 сентября, в ходе Международной программы развития поставщиков, пройдет ряд кооперационных сессий и В2В-встреч, направленных

на поиск партнеров и презентацию проектов, а также дискуссии о планах развития и вариантах сотрудничества по вопросам стратегического, технологического и индустриального партнерства между российскими и зарубежными поставщиками.

Каждый участник деловой программы впервые — еще до проведения закупочных и переговорных сессий — получит график индивидуальных встреч, который будет сформирован для каждой компании с учетом ее особенностей.

Благодаря статусу эффективной коммуникационной площадки выставка занимает важное место в календаре событий профессионального автомобильного сообщества. В самые короткие сроки специалисты получают возможность изучить широкий спектр изделий для автопромышленности, найти новых клиентов и партнеров, наладить каналы сбыта продукции и заключить выгодные долгосрочные контракты.

Результаты 2018 г. показали высокую востребованность и эффективность этого мероприятия. За 4 дня работы выставки проведено 37 мероприятий деловой программы, 5 конференций. В ней приняли участие 418 компаний, ее посетили 36 тыс. человек. Согласно проведенному опросу, 88% экспонентов установили на «Интеравто» новые деловые контакты, 57% заключили контракты, 80% выразили намерение принять участие в следующей выставке в 2019 г.

«Интеравто» — событие, которого ждут и на которое возвращаются.

Наиболее востребованные тематические направления «Интеравто»





МАШИНЫ РАЗНЫЕ ВАЖНЫ, МАШИНЫ РАЗНЫЕ НУЖНЫ

Выставка Comtrans, существующая с 2000-го года, стала в России центральным отраслевым событием в секторе коммерческих автомобилей. В 2019 г. она проводится в МВЦ «Крокус Экспо» с 3 по 7 сентября.



Comtrans называют Международным грузовым автосалоном, поскольку в этой выставке участвует большинство ведущих мировых производителей грузовиков и коммерческих автомобилей различного назначения. Организаторами экспозиции являются компания ITEMF Expo (создана крупнейшими международными выставочными операторами Messe Frankfurt и Группой компаний ITE) и Некоммерческое партнерство «Объединение Автопроизводителей России» (НПОАР). Выставка Comtrans включена в официальный календарь Международной организации автопроизводителей (OICA). С 2011 г. она проводится по нечетным годам, чередуясь с Международной выставкой коммерческого автотранспорта (IAA) в Ганновере.

Comtrans успешно развивается, что в значительной степени связано с ростом рынка коммерческого автотранспорта. В 2018 г. в России увеличились продажи во всех сегментах коммерческих автомобилей. Так, по данным аналитического агентства «Автостат», реализация легких коммерческих автомобилей выросла на 3,2%, грузовиков — на 2,7%, а наилучшую динамику показал сегмент

автобусов — рост на 11%. При этом расширение российского рынка коммерческих автомобилей продолжается уже три года подряд.

По мнению экспертов, этой положительной динамике способствовали государственные программы льготного автолизинга и стимулирования спроса на технику на газомоторном топливе.

В 2018 г. на госпрограмму льготного автолизинга из бюджета было направлено 6,4 млрд руб., на стимулирование продаж газомоторной техники — 4,8 млрд руб. и еще 10 млрд руб. — на закупку машин скорой помощи и школьных автобусов. Дополнительный спрос на технику обеспечили крупные инфраструктурные проекты — строительство объектов для чемпионата мира по футболу, трубопровода «Сила Сибири», Крымского моста.

Самым емким в стоимостном выражении сегментом на рынке коммерческого транспорта и самым представительным на выставке являются грузовые автомобили. По данным агентства «Автостат», продажи в этой группе увеличились на российском рынке в 2018 г. до 82,3 тыс. шт., а емкость рынка в денежном выражении, по расчетам маркетингового агентства Russian Automotive Market

В 2018 г. в России было продано 82,3 тыс. грузовых автомобилей, а емкость этого рынка составила 472,4 млрд руб.

Research (RAMR), выросла на 11,5%, до 472,4 млрд руб. Около двух третей посетителей Comtrans проявляют интерес именно к этой группе коммерческого транспорта.

Вторым по емкости рынка является сегмент легких коммерческих автомобилей (LCV). По итогам 2018 г. в России их было продано 112 тыс. шт. Емкость рынка новых LCV в денежном выражении увеличилась в 2018 г. на 9,5% и достигла 168,7 млрд руб., по оценкам агентства RAMR. Сегмент LCV поддерживался еще и программой льготного автокредитования — всего на эту программу было выделено 9,2 млрд руб. Эта группа коммерческого транспорта находится в центре интереса половины посетителей Comtrans'a.

На третьем месте находится сегмент автобусов, емкость рынка которого составила около 100 млрд руб. Их про-

дажи выросли в 2018 г. на российском рынке до 13 тыс. шт.

Рынок коммерческого транспорта, по оценкам экспертов, покажет рост и по итогам 2019 г. Сегменты LCV и грузовиков сохраняют свои темпы, а продажи автобусов могут вырасти еще в большей степени, так как в сфере общественного транспорта существует потребность в обновлении их парка.

На рынок коммерческого транспорта позитивное влияние оказывает курс на импортозамещение в России, поскольку он ведет к росту спроса, в том числе и на коммерческую технику. Но это влияние на сектор коммерческого транспорта скажется, вероятнее всего, на длительном отрезке времени, что для такого мероприятия, как выставка Comtrans, является в целом позитивным фактором.

В 2019 г. Comtrans, как ожидается, вырастет по площади на 10% в сравнении с

Под определение «коммерческий транспорт» подпадают практически все типы транспортных средств, участвующие в хозяйственной деятельности. В эту группу включаются грузовые автомобили и фургоны, автобусы и минивэны, внедорожники и вездеходы, специальная и коммунальная автотехника.

предыдущей экспозицией в 2017 г. и на 7% по числу компаний-участниц.

Организаторы выставки совместно с Ассоциацией европейского бизнеса в России (АЕБ) при поддержке НП ОАР, Транспортной ассоциации московской агломерации (ТАМА) и Международного союза автомобильного транспорта (IRU) подготовили масштабную деловую программу. Спикерами и модераторами на мероприятиях выступают ведущие эксперты автомобильной индустрии и транспортной отрасли, руководители компаний-производителей, представители Министерства промышленности и торговли РФ, Министерства транспорта РФ и других государственных организаций.

Выставка Comtrans в цифрах

Показатель/годы	2010	2015	2017	2019*
Площадь (тыс. кв. м)	22,3	41,8	44,0	45
Число компаний-участников	187	198	217	230
Посетители-специалисты (тыс. чел.)	12,5	14,2	18,1	20

*Оценка.



Совершите незабываемую прогулку по Москве-реке на теплоходе VIP-класса «Крокус»!

ПЕРВОКЛАССНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ
ПРОВЕДЕНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ РАЗЛИЧНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ
КЕЙТЕРИНГ ОТ RESTAURANTS BY CROCUS GROUP



CROCUS | Event

АВТОМОБИЛЬ: ЧТО ДАЛЬШЕ?



Автомобиль, к которому все привыкли за более чем 100-летнюю историю его существования, уходит в прошлое. Автоконцерны, часто не по своей воле, вынуждены включиться в технологическую гонку. Ландшафт автопрома меняется прямо на наших глазах.

Машин больше, спрос меньше

С каждым годом автомобили, доступные потребителю, в том числе и массовому, становятся все умнее, технологичнее и разнообразнее. По данным британской исследовательской компании JATO Dynamics, которая проанализировала 54 крупнейших мировых рынка, в 2018 г. было продано больше 86 млн новых легковых и малотоннажных грузовых (пикапов, фургонов и др.) автомобилей. При этом впервые с 2009 г. зафиксирована отрицательная динамика — спрос упал на 0,5%.

Виновником спада мировых автомобильных продаж стал, по сути, Дональд Трамп со своей агрессивной и непредсказуемой внешней политикой. Ведь именно на Китай, против которого Трамп решил развязать торговую войну, приходится около 30% объема глобального авторынка. По данным китайского Национального бюро статистики, сейчас экономика страны растет самыми низкими с 1992 г. темпами. Из-за усложнившейся экономической ситуации стремление граждан крупнейшего по численности населения государства мира покупать новые автомобили несколько снизилось — на 2,8%. Несмотря на это, Китай по-прежнему, и с большим отры-

вом, является рынком номер один для большинства автопроизводителей — в 2018 г. там было куплено свыше 28 млн легковых и малотоннажных грузовых машин. Второе место занимают США (17,3 млн), на третьем — Япония (5,2 млн). Впервые на четвертой строчке оказалась Индия, где спрос на автомобили за 2018 г. вырос на значительные 9% — до 3,9 млн. Аналитики ожидают, что эта страна вскоре окажется в первой тройке по числу автопродаж.

Гонка за лидером

Крупнейшим мировым автопроизводителем по итогам 2018 г. (если исключить из результатов продаж

В свое время электромобили Tesla стали откровением. Так, Consumer Reports, некоммерческая организация, проводящая тесты потребительских товаров и услуг и выпускающая одноименный журнал, в 2015 г. поставила Model S p85D высшую оценку за всю свою 90-летнюю историю. А авторитетный журнал Wired описал Model S как самую крутую машину на планете.

тяжелые грузовики) стал альянс Renault-Nissan-Mitsubishi. Его продажи составили 10,8 млн автомобилей, что на 1,4% больше, чем в 2017 г. И это несмотря на скандал с арестом генерального директора альянса Карлоса Гона, которого прокуратура Японии подозревает в нарушении финансового законодательства (Гон обвинения отрицает). Автоконцерн Volkswagen Group в прошлом году без учета тяжелых грузовиков продал 10,6 млн машин. Немного меньше — 10,4 млн — реализовала Toyota.

Концерн General Motors, лидировавший на мировом рынке более 70 лет до кризисного 2008-го, в прошлом году смог продать 8,4 млн машин. Хотя чистая прибыль компании при этом составила около 8 млрд долл. (против убытка годом ранее), однако в целом продажи упали на 12,7%. Касается это в том числе и электромобилей, реализация которых во всем мире, наоборот, растет очень высокими темпами.

Изменить мир к лучшему

Весной 2016 г. произошло одно из самых значимых событий в истории современной автоиндустрии — компания Tesla представила «бюджетный» вариант своего электромобиля, рассчитанный на массового покупателя. Было объявлено, что стоимость новинки — Model 3 — в базовой комплектации составит 35 тыс. долл., что в два раза дешевле других моделей Tesla. Пробег электромобиля на полной зарядке — 345 км. И хотя Model 3 оказался не первым в мире электромобилем, подходящим и по своим характеристикам, и по цене для массового потребителя (несколькими месяцами раньше был представлен Chevrolet Bolt стоимостью 37,5 тыс. долл.), однако презентация именно автомобиля Tesla стала по-настоящему громким событием, которое активно освещали во всех странах мира.

Этот электромобиль руководство Tesla обещало своим клиентам с самого основания компании, более того, Илон Маск неоднократно признавался, что верит в то, что этот автомобиль изменит мир. «Очень важно ускорить переход к транспорту, который не будет приносить вред окружающей среде. Это действительно очень важно для будущего планеты», — говорил во



Никто не знает, какое противостояние в ближайшем будущем окажется более важным: бензиновых машин против электрифицированных, управляемых с помощью водителя или без него, собственных или взятых в аренду.

время презентации Маск. Еще до того, как CEO Tesla сдернул покрывало с электромобиля, на Model 3 уже поступило больше 100 тыс. предзаказов.

В 2017 г. стало известно о первом в истории Ford проигрыше по рыночной капитализации Tesla — компании, которая моложе американского патриарха ровно на 100 лет

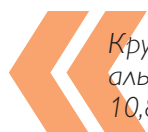
В том числе и с подачи Tesla производством электромобилей сейчас занимаются все ведущие автопроизводители мира. В некоторых городах электромобили вместе с машинами на водородном топливе скоро полностью вытеснят бензиновые и дизельные транспортные средства. В нынешнем году власти Амстердама уже объявили о намерении к 2030 г. запретить въезд в город для автомобилей и мотоциклов с двигателями внутреннего сгорания (ДВС). Первым шагом на пути к более здоровой экологической ситуации в

столице Нидерландов станет введение с 2020 г. запрета для дизельных машин старше 15 лет на въезд в пределы кольцевой автомагистрали. При этом в планах руководства Амстердама не только запрещать, но и делать все для того, чтобы переход к новой автожизни оказался для жителей города и окрестностей максимально облегченным. Так, власти голландской столицы занимаются расширением сети зарядных станций для электромобилей — по плану, с нынешних 3 тыс. их число уже через шесть лет должно достичь 16–23 тыс.

По тому же пути, что и Амстердам, планируют пойти и другие европейские, американские, японские города. По оценкам Bloomberg New Energy Finance, которые приводила газета «Ведомости», доля электромобилей, включая подзаряжаемые гибриды, к 2040 г. составит 35% от всех проданных в мире легковых машин. В 2018 г., по данным EV-volumes.com, было реализовано 2,1 млн электромобилей. Рост по сравнению с 2017 г. — на 64%. И хотя, по данным ресурса, на электромобили пока при-



ходит только 3,8% от всех продаж, экспертам очевидно, что именно за экотранспортом будущее. Очевидно это и многим традиционным автопроизводителям. Так, в 2017 г. компания Volvo, принадлежащая китайскому Geely, первой объявила о скором отказе от выпуска машин только с двигателями внутреннего сгорания. По плану, с 2019 г. все новые модели Volvo должны быть электрифицированы и относиться к одному из трех типов — быть либо полностью электрическими, либо гибридными, либо так называемыми мягкими гибридами (т.е. сочетать бензиновый двигатель с аккумуляторной батареей). Вслед за Volvo о своих планах по отказу от ДВС объявило еще несколько компаний.



Крупнейшим мировым автопроизводителем в 2018 г. стал альянс Renault-Nissan-Mitsubishi. Его продажи составили 10,8 млн автомобилей

Однако речи о том, чтобы в ближайшие десятилетия полностью отказаться от машин с двигателем внутреннего сгорания, не идет. И хотя постепенно улучшается зарядная инфраструктура, ряд государств дает льготы на развитие, покупку и эксплуатацию гибридных и полностью электрических автомобилей, серьезно ужесточаются экологические нормы и проверки (особенно после «дизельгейта» — скандала с VW Group, оснащавшим свои дизельные автомобили специальным программным обеспечением, занижавшим показатели выбрасываемых в воздух вредных газов), есть еще множество стран, в том числе и Россия, где о существовании электромобилей даже знают далеко не все.

Доля электромобилей, включая подзаряжаемые гибриды, к 2040 г. составит 35% от всех проданных в мире легковых машин. Пока на электромобили приходится только 3,8% от всех продаж.



Рынок машин с водородными двигателями кажется ряду экспертов даже более перспективным, но и он пока в плане борьбы за массового потребителя лишь в начале своего пути. Без надлежащей инфраструктуры даже самые технологичные и комфортные автомобили не найдут достаточного количества покупателей. Проблема с водородными заправками — их количеством и дороговизной — по-прежнему остра, в том числе в США и в Германии. Ряд автопроизводителей, вкладывающих серьезные инвестиции в развитие направления, делают это лишь для того, чтобы не нарушать закон.

Нечеловеческий фактор

Еще одно направление, которое активно развивают как автопроизводители, так и техногиганты — создание безопасных и надежных самоуправляемых машин.

В июле нынешнего года немецкий концерн Volkswagen Group объявил об инвестировании 2,6 млрд долл. в Argo AI — компанию, специализирующуюся на разработке искусственного интеллекта. Широкая общественность впервые узнала об этом стартапе в 2017 г., когда Ford Motor Co. решил инвестировать в Argo AI 1 млрд долл., купив мажоритарную долю в компании. План был такой: к 2021 г. представить собственный полностью самоуправляемый автомобиль Ford. Теперь Argo AI будет разрабатывать технологию беспилотного вождения как для Ford, так и для VW. Ради этого две конкурирующие компании оказались готовы даже объединиться — правда, только в этом направлении развития. В остальных вопросах, как подчеркнули Ford и VW, они по-прежнему «жестко конкурируют на рынке».

О том, что отрасль автомобилестроения изменится уже совсем скоро, в 2017 г. было очевидно если не всем, то очень и очень многим. Как и необходимость серьезных вложений в развитие не только электромобилей и водородных двигателей, но и других новых технологий. Символическим оказалось то, что уже всего через полтора месяца после объявления о совместных планах с Argo AI, стало известно о первом в истории Ford проигрыше по рыночной капи-

тализации Tesla — компании, которая моложе американского концерна ровно на 100 лет (они были основаны в 1903 г. и 2003 г. соответственно).

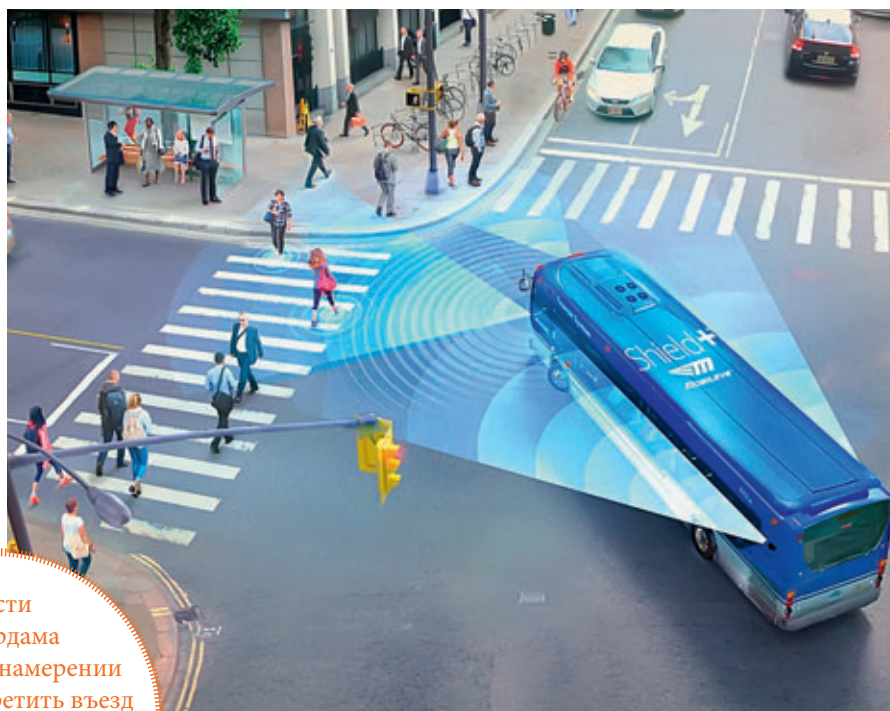
Как подчеркивает во многих своих статьях Wired, никто еще точно не знает, какое противостояние в ближайшем будущем окажется более важным: бензиновых машин против электрифицированных, управляемых с помощью водителя или без него, собственных или взятых в аренду.

Пока ответы на эти, волнующие многих, вопросы не получены, различные корпорации, альянсы и компании стараются не опоздать включиться в техногонку. В 2016 г.

General Motors, который, несмотря на сложности, по-прежнему остается крупнейшим автомобилестроительным концерном США, заплатил 1,1 млрд долл. за компанию Cruise Automation, разработчика систем автоматизированного вождения. Финансовый директор GM Чак Стивенс в интервью The Wall Street Journal выразил уверенность в том, что сервисы, связанные с самоуправляемыми автомобилями, в будущем будут приносить больше денег, чем нынешний бизнес концерна.

Собственное подразделение, отвечающее за разработку беспилотных автомобилей, Titan, есть и у Apple. Кроме того, в конце июня 2019 г. американская корпорация объявила о покупке стартапа Drive.ai, занимающегося разработкой ИТ-систем для беспилотников, одной из немногих компаний, которая уже начала тестировать самоуправляемые машины в городах.

Самая крупная на нынешний момент сделка в этой сфере — на 15,3 млрд долл. — была заключена между Intel и израильской компанией Mobileye, разрабатывающей компоненты для беспилотных систем на базе компьютерного зрения. Упустив рынок смартфонов, Intel старается преуспеть в быстрорастущем рынке беспилотных автомобилей. Разработки по данному направлению ведутся и другими компаниями и их дочками — Samsung, Google,



Власти Амстердама объявили о намерении к 2030 г. запретить въезд в город для автомобилей и мотоциклов с двигателями внутреннего сгорания



Uber, Nissan-Renault и т.д. Далеко не все из них пытаются создать самоуправляемый автомобиль целиком, а сосредотачиваются на разработке различных систем и компонентов, например по удаленному контролю за беспилотниками в сложных дорожных ситуациях, которые случаются довольно часто и являются серьезным препятствием для развития этого направления.

Законодательных и этических вопросов, которые еще предстоит решить автопроизводителям, страховым компаниям, государствам и

гражданам, по-прежнему немало. Несколько серьезных ДТП, в которых участвовали беспилотные автомобили, в том числе и со смертельным исходом, только увеличило количество таких вопросов. При этом, как уверяют автопроизводители, технологические компании и регуляторы, появление на дорогах самоуправляемых автомобилей в будущем должно, наоборот, снизить число жертв ДТП, ведь в 94% случаев к авариям приводит именно человеческий фактор.

Александра ВЛАДИМИРОВА

РЫВОК В БУДУЩЕЕ



Электромобили — дорогая игрушка или истинное будущее мирового автопрома? Еще несколько лет назад автомобили, работающие на электричестве, а не на бензине, казались абсолютной экзотикой. Сегодня они получают все большее распространение и о покупке задумывается рядовой автолюбитель.

Цены на электроавто колеблются в настоящее время в диапазоне от доступных 15 тыс. долл. до 100 тыс. за модели категории «люкс». Однако в ближайшие годы все должно измениться, уверены эксперты, электро­мобили станут доступнее для среднестатистического потребителя и бензиновые автомобили будут вынуждены отступить.

Пламенный мотор

Главной проблемой владельцев электромобилей на сегодняшний день остается обслуживание: зарядки такого авто хватает в среднем на тот же пробег, что и 1/3 бака бензина стандартного автомобиля, к тому же эту зарядку нужно еще найти. Даже в мегаполисах это непросто. Аккумулятор — самая дорогая и самая чувствительная точка в производстве любого электромобиля, и именно аккумуляторы должны, по мнению экспертов, вывести эту часть авторынка в лидеры.

С 1995 г. до 2016 г. цена литий-ионных аккумуляторов упала с 5 тыс. долл. до 400 и продолжает снижаться. Рост популярности и продаж электромобилей объясняется в первую очередь снижением цены и размеров аккумуляторов. Агенство Bloomberg представило прогноз рынка до 2022 г. и предполагает, что уже в этот короткий период могут появиться электромобили, которые будут стоить дешевле авто с обычным двигателем внутреннего сгорания.

Снижение цен на аккумуляторы удешевляет стоимость таких автомобилей в целом. Еще несколько лет назад более 50% стоимости электромобиля составляло его зарядное устройство. Сейчас этот процент в среднем составляет 33%, а к 2025 г., согласно прогнозу Bloomberg, снизится до 20%. Причем речь идет не только о персональных автомобилях, но и о других транспортных средствах, использующих электричество в качестве источника энергии — это и грузовики, и лодки, и др.

Новейшие технологические достижения в области аккумуляторных батарей вызваны высоким спросом на них в бытовой электронике, а не только в автотранспорте.

Впереди планеты всей

Один из самых известных электромобилей, американская Tesla, впервые появилась на рынке в 2006 г. В 2018 г. по всему миру было продано около 2 млн электрических транспортных средств разных компаний, это составляло лишь 2% от общего объема продаж автомобилей в мире. В России, по данным за 2018 г., было лишь 2500 официально зарегистрированных электромобилей.

Наибольший рост продаж и доли рынка электромобили показывают в Китае и США



Сейчас, по официальным данным, по дорогам мира ездят уже около 5 млн электромобилей, более 1 млн из них — в Китае.

Китай считается мировым лидером в этом секторе, что связано, в том числе, и с плохой экологической ситуацией в стране. Китайские власти несколько лет поддерживали производителей электромобилей различного рода субсидиями. Сейчас объемы поддержки снижаются, а через несколько лет, возможно, будут прекращены, так как, по мнению китайских властей, производители стали больше надеяться на государственные вливания, нежели на собственные инновационные разработки, и прогресс в этой сфере остановился.

Интересный факт: крупнейшим после Китая автопарком электромобилей обладает Республика Чили, поставившая цель 100%-ной электрификации общественного транспорта к 2040 г.

В секторе грузового транспорта электромобили пока не слишком распространены, в основном их используют как легкий коммерческий транспорт, в 2018 г. в мире насчитывалось около 250 тыс. единиц такой техники.

Популярность транспортных средств этого типа продолжает расти. В июле 2019 г. Tesla стала самым продаваемым автомобилем в Норвегии, увеличив свою долю на рынке почти до 50%. В Австралии за первые шесть месяцев текущего года продажи электромобилей и гибридов (автомобилей, совмещающих бензиновый и электродвигатели) удвоились, несмотря на

то, что в целом рынок автомобилей в стране просел за тот же период более чем на 8%. Наибольший рост продаж и доли рынка электроавтомобили показывают в Китае и США.

Международное энергетическое агентство (МЭА) недавно представило весьма оптимистичный прогноз рынка электромобилей до 2030 г., согласно которому продажи и мировой парк авто этого типа за указанный период удвоятся. По мнению тех же экспертов, Китай сохранит свое лидерство в этой области с долей рынка 57% (28% — без учета двух- и трехколесных транспортных средств). В Европе к 2030 г. электромобили займут около 26% рынка, а в Японии — 21%. В отношении продаж прогноз МЭА также подчеркивает лидерство Китая, на который будет приходиться до 70% электромобилей, проданных в 2030 г.

Эколог класса люкс

Одно из главных достоинств электромобиля, на котором акцентируют внимание все производители — это его экологичность. Автомобиль с бензиновым двигателем за одну милю (около 1,6 км) выбрасывает в атмосферу 381 г углекислого газа (CO₂), у автомобиля-гибрида этот показатель равен 196 г, а у полностью электрического автомобиля — 129 г. Такие показатели, которые приводит Союз обеспокоенных ученых (Union of Concerned Scientists), делают электромобили идеальными для больших городов, где эмиссия автомобильных выбросов всегда высока.

Продажи электромобилей крупнейшими производителями в 2018 г. (шт.)

Tesla	245 240
BAIC*	151 524
BYD*	105 237
Nissan	87 875
Anhui Jianghuai*	67 683
Cherry*	65 157
Zhejiang Geely*	54 554
Hawtai*	53 042
Renault	45 886
Dongfeng*	44 671

*Китайский производитель. Не включая коммерческий транспорт и гибриды. Источник: <http://www.tadviser.ru/>



Крупнейшим после Китая автопарком электромобилей обладает Республика Чили, поставившая перед собой цель 100%-ной электрификации общественного транспорта к 2040 г.



Автопроизводители Германии объявили, что вложат 60 млрд евро в электромобили в ближайшие 3 года.



запустила программу по ускорению внедрения электромобилей, подразумевающую снижение закупочной цены на гибридные и электромобили.

Будущее требует жертв?

Электромобиль от привычных нам авто с двигателями внутреннего сгорания отличается не только и не столько видом топлива. По сути, электромобиль — это большой компьютер на колесах, не требующий столь сложных инженерных разработок. И в этой небольшой детали кроется главный «дьявол»: вытеснение с рынка традиционных автомобилей вызовет эффект домино и отразится на смежных авторынках областей. Увеличение числа автомобилей, в которых нечему ломаться, уничтожит рынок техобслуживания, сократится число рабочих мест для механиков и пр. и пр.

Больше всех по этому поводу переживают немецкие автоконцерны, дела которых с электрификацией не так хороши, как у молодых стартапов. Баварский автоконцерн BMW в марте текущего года заявил о масштабной программе экономии на фоне общего падения прибыли и увеличения инвестиций в электромобили. Volkswagen также объявил об амбициозных планах электрификации автопрома. Автопроизводители Германии объявили, что вложат 60 млрд евро в электромобили в ближайшие 3 года.

Ряд экспертов продолжают рисовать будущее традиционного автопрома в абсолютно черных тонах: аккумуляторы электромобилей, которые будут служить несколько десятков лет без поломок, сократят число покупателей автомобилей, а то и вовсе сделают покупку бессмысленной. Еще одна наметившаяся тенденция — увеличение предложений каршеринга, она также связана с развитием новых технологий. В обозримом будущем услуга заказа беспилотного электромобиля по необходимости может привести к сокращению автомобильной отрасли в объеме до 90%.

Полностью избежать последствий, вызванных увеличивающейся электромобилизацией автопрома, уже невозможно. Смогут ли власти и электрогиганты в какой-то мере нивелировать эти последствия — время покажет.

Наталья ПОПОВА

Однако и у электромобилей есть недостатки. Критики отмечают, что существуют проблемы с загрязнением от создаваемой двигателем электроэнергии, но его потенциальный вред еще мало изучен. Условно говоря, электромобиль чище авто с дизельным или бензиновым двигателем, но все же не безгрешен.

С ростом числа электромобилей растет и потребность в электроэнергии: в 2018 г. электроавто потребляли порядка 58 ТВт энергии.

Экологические проблемы, обязательства по сокращению выбросов углекислого газа в атмосферу подталкивают политиков к активному лоббированию рынка электромобилей. Ведущие страны мира уже вводят различного рода меры: это и прямые субсидии, и коррекция стандартов экологичности топлива, и законодательное ограничение выбросов. Политическая поддержка продолжает расширяться. Так, в США после введения федеральных налоговых льгот Tesla и GM продали за несколько месяцев более 200 тыс. автомобилей.

В ЕС также одобрены несколько политических инструментов, способствующих продвижению электромобилей: топливные стандарты и директивы о чистых транспортных средствах, предусматривающие закупку электрических автобусов и других транспортных средств для государственных нужд. Япония намерена при помощи электромобилей снизить выбросы парниковых газов на 80% к 2050 г., а Индия, крупные города которой также страдают от чрезвычайно высокого уровня загрязнения,



КИТАЙСКИЙ ФЕНОМЕН

Автомобильную промышленность Китая можно считать экономическим феноменом конца XX — начала XXI вв. Если в странах Европы и Америки эта отрасль формировалась в течение почти столет, то Китай вышел в лидеры мирового автопрома меньше чем за тридцать лет.

Первый китайский автомобиль «Цзефан», созданный на базе советского ЗИС-150, был выпущен в 1956 г. на предприятии, построенном при поддержке Советского Союза. В 1958 г. в Китае на базе ГАЗ-51 сделали первый грузовик подъемностью в 2,5 т. Имея зачатки автомобилестроения, власти КНР до середины 80-х гг. XX в. не стремились развивать производство автомобилей, исходя из того, что в стране не было ни сети дорог, ни горючего.

Однако в 1980-е гг. в Китае резко вырос импорт подержанных машин из соседней Японии. Страна стала вторым по величине рынком для Японии после США. Ввоз автотранспорта привел к серьезному дефициту торгового баланса, в связи с чем китайское руководство начало ограничивать его как с помощью пропагандистских усилий, так и за

счет ограничения валютно-обменных операций. В 1985 г. были существенно подняты таможенные пошлины на импортные автомобили. Несколько позже ввели еще и «защитный» акциз. В конце 1985 г. правительство вообще установило двухлетний запрет практически на весь импорт автомобилей.

В общем выпуске автомобилей в Китае около 44% принадлежит национальным производителям

Ограничивая импорт автомобилей, власти одновременно принимали меры для увеличения внутреннего производства путем стимулирования различных соглашений о совместном с иностранными фирмами выпуске легковых автомашин. Развитие собственного автопрома было признано перспективным в рамках политики экономических реформ Дэн Сяопина. Первые результаты стали заметны уже к 1992 г., когда производство автомобилей в КНР впервые

В 2015 г. в Китае была принята государственная программа *Made in China — 2025*, которая предусматривает достижение за 10 лет полной технологической независимости в 10 важнейших отраслях промышленности — от производства чипов до выпуска беспилотных автомобилей.

достигло 1 млн. К 2000 г. их выпуск вырос до 2 млн.

Вступление Китая в ВТО в 2001 г. еще более ускорило развитие автомобильного рынка, открыв широкие возможности для размещения иностранных производств на территории страны. В 2003 г. выпуск автомобилей достиг 4,4 млн, что вывело Китай на четвертое место в мире среди стран — крупнейших автопроизводителей (после США, Японии и Германии).

Стремительное развитие автомобилестроения превратило его из небольшого сектора машиностроительного комплекса в базовую отрасль экономики Китая. В период между 2002 и 2007 гг. темп роста внутреннего авторынка составлял в среднем 21%, или 1 млн машин в год. В 2009 г. в стране было выпущено 13,8 млн автомобилей, что сделало ее крупнейшим автопроизводителем в мире. В 2013 г. впервые в истории мирового автостроения в одной стране, в Китае, было произведено более 20 млн машин (22,1 млн). В 2017 г. выпуск автомобилей в КНР достиг рекордного уровня 29 млн, составив почти 30% от общемирового (96,4 млн). При этом доля китайских производителей на рынке легковых автомобилей в 2017 г. приближалась к 44%.

В 2018 г., несмотря на 4%-е снижение, Китай сохранил свое лидерство в мировом автопроме, выпустив 27,8 единиц автотранспорта, в т.ч. 23,7 млн легковых автомобилей (–4,1% к 2017 г.), 2 млн легких коммерческих машин (+13%), около 2 млн тяжелых грузовиков (–17%) и 153 тыс. автобусов (–14%).

В ходе экономических реформ последних десятилетий существенно вырос уровень жизни китайцев, что привело к увеличению владения личным транспортом. Так, если в 1990 г.



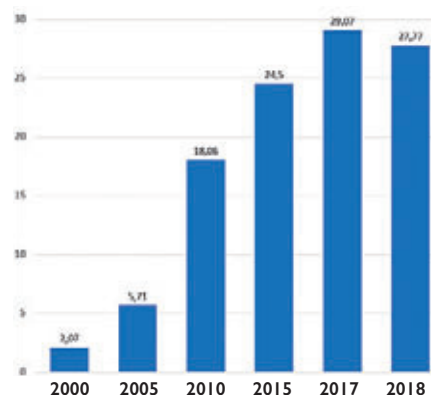
в Китае насчитывалось лишь 816 тыс. личных автомашин, то в 2003 г. их было уже более 12 млн, а в 2009 г. — 62 млн. В конце 2017 г. в Китае, по данным официальной статистики, было зарегистрировано в целом 310 млн автотранспортных средств, из которых более 60% приходится на легковые автомобили.

Такой резкий рост числа автомобилей на дорогах заметно ухудшил экологическую обстановку в городах. Чтобы снизить загрязнение воздуха автотранспортом, правительство Китая ввело в 2006 г. 20%-й налог на новые автомобили с двигателем объемом более 2 л. Одновременно, для стимулирования приобретений малолитражных машин, на них был снижен налог с 5% до 3%.

В 2011 г. власти пришли к выводу о необходимости начать сдерживать рост числа личных автомобилей. С этой целью была остановлена госпрограмма стимулирования авторынка (прекращены сделки трейд-ин для крестьян, повышен до 10% налог с продаж на малолитражные автомобили, введено жесткое количественное ограничение роста автопарка в наиболее перегруженных мегаполисах — Шанхае и Пекине).

подавляющая часть произведенных в Китае автомобилей продается

Производство автомобилей в Китае (млн шт.)



Источник: «Автостат».

на внутреннем рынке. На экспорт в другие страны отправляется не более 4%. Вместе с тем, в абсолютном выражении это составляет внушительную цифру в 1 млн машин, которые поставляются в более чем 150 стран. Устойчивым спросом автомобильная техника из Китая пользуется в странах Азии и Африки, где высоко ценятся простота конструкции и низкая цена, а потребитель не требует строгого соответствия высокому уровню международных стандартов безопасности и качества.

Импорт автомобилей также занимает относительно небольшую часть рынка — порядка 6–7% от общего чис-



Первый китайский грузовик был выпущен в 1958 г. Он был создан на базе советского ГАЗ-51 на предприятии, построенном при содействии СССР.



ла продаваемых в Китае машин. Это результат политики защиты внутреннего рынка через высокие таможенные пошлины, которые составляли до июля 2018 г. 25%. Сейчас они снижены до 15%, но более низкие цены на автомобили, произведенные в стране, обеспечивают местной продукции достаточную высокую конкурентоспособность.

В 1992 г. в Китае сделали 1 млн автомобилей. В 2017 г. их выпуск достиг рекордных 29 млн, составив почти 30% от общемирового уровня



В 2012 г. в КНР была принята специальная правительственная программа, согласно которой китайские компании, благодаря технологическому прорыву, должны войти в десятку лучших мировых автопроизводителей. Отдельная часть программы посвящена переводу отрасли на выпуск транспортных средств на альтернативных или новых источниках энергии, то есть электромобилей и гибридных автомобилей.

В ней предусмотрено введение обязательных квот на продажу электромобилей всеми местными и иностранными автопроизводителями, которые должны ежегодно повышаться — с 8,5% в 2019 г. до 12,5% в 2021 г. При

этом только для продукции местных производителей сохранены до 2020 г. льготы на их приобретение. Для стимулирования производителей предусмотрена выплата им 9,3 тыс. долл. за каждый проданный электромобиль и 7,6 тыс. долл. за гибридный.

В 2018 г. производство электрических и гибридных автомобилей в Китае составило 1,3 млн, что на 62% больше, чем годом ранее. По прогнозу государственной Ассоциации автопроизводителей, производство таких машин по итогам 2019 г. вырастет до 1,6 млн. В 2020 г. производство электрических и гибридных автомобилей в Китае достигнет, по оценке агентства IHS Markit, 2,25 млн, что составит рост уже на 40% по сравнению с 2019 г. К 2025 г. доля этих машин должна достигнуть 20% всего производства в стране, что будет соответствовать половине общемирового выпуска.

Китай стал мировым лидером не только по объемам производства. Современный автопром этой страны развивается в значительной степени уже за счет собственных инвестиций. За последние два десятилетия здесь было открыто много народных предприятий, которые успешно переняли иностранный опыт и технологии, активно используя их в своем производстве. Высокотехнологичное промышленное оборудование, которое на первом этапе развития отрасли поставлялось из-за рубежа, в настоящее время заменяется на создаваемое в КНР по технологиям ведущих мировых изготовителей.

Сегодня автомобили производства Китая — это сочетание достаточно хороших технических характеристик и весьма конкурентной цены. Вместе с тем, по мнению некоторых экспертов, Китай пока еще отстает от мировых лидеров в ключевых технологиях, производстве запчастей и компонентов, в инновациях и развитии брендов.

Видимо, принимая это во внимание, в Китае в 2015 г. была принята государственная программа Made in China — 2025, которая предусматривает достижение за 10 лет полной технологической независимости в 10 важнейших отраслях промышленности — от производства чипов до выпуска беспилотных автомобилей. На этот проект правительство предполагает затратить 300 млрд долл.

Борис ПАВЛОВ



ПЛАНОВ ГРОМАДЬЁ

Собственная автомобильная промышленность — предмет гордости страны и индикатор ее экономического развития. Во второй половине XX в. именно автопром стал важнейшим признаком движения страны к процветанию. Советский Союз в этом смысле отстал, казалось, навсегда. Россия пытается наверстать упущенное.

В 2000-е гг. российский автопром получил государственную поддержку. В новообразованных автомобильных кластерах России было открыто несколько десятков автомобильных заводов с иностранным капиталом, выпускающих автомобили под марками известных производителей — Volkswagen, Skoda, BMW, Ford, Renault, Toyota, Chevrolet, автомобильный альянс Peugeot-Citroen-Mitsubishi, Nissan и другие. Вместе с тем, государственная политика была направлена на стимулирование отечественного производства и спроса на российские автомобили.

Стратегия развития

На сегодняшний день развитие российского автопрома осуществляется в соответствии с утвержденной в 2018 г. «Стратегией развития автомобильной

промышленности Российской Федерации на период до 2025 года». В соответствии с этим документом основными задачами являются удовлетворение российскими производителями 80–90% внутреннего спроса на современную автомобильную технику; рост экспорта автомобильной техники и компонентов; наращивание технологических компетенций национальных производителей автомобильной техники и комплектующих за счет углубления локализации производимых автомобилей до 70–85%; выведение на рынок продуктов с принципиально новыми свойствами в области электродвижения, автономного вождения, подключенного автотранспорта, газомоторной техники, стимулирование спроса на такую технику, организация послепродажного обслуживания и со-

В России в 2017 г. было продано 95 новых электромобилей, общий парк таких автомобилей составил 1133 единицы

здание необходимой инженерной и транспортной инфраструктуры.

Реализация Стратегии-2025 позволит, в частности, обеспечить обновление российского парка автотранспортных средств всех типов и появление новых продуктов, рост инвестиций в производство автомобилей и автомобильных компонентов на территории России.

Итогами реализации предшествующей программы развития автопрома стало обеспечение потребности рынка за счет внутреннего производства автомобилей. Произошел качественный переход от страны-импортера подержанной автомобильной техники к стране с развитым сборочным циклом.

Иностранцы не сдаются

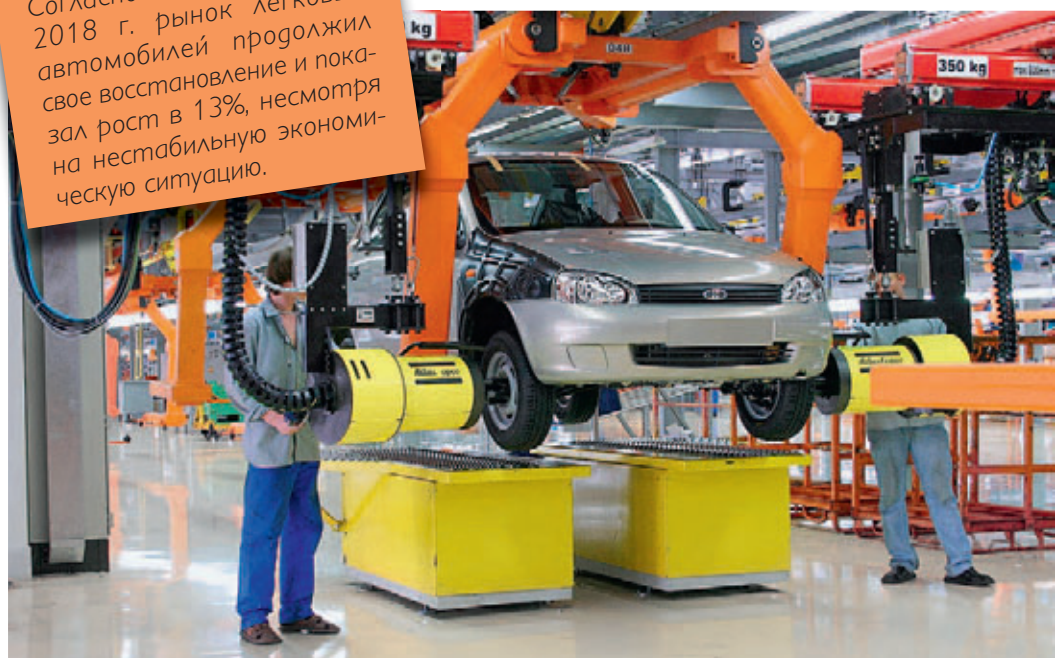
Российская автомобильная промышленность имеет высокий уровень концентрации производства и представлена практически во всех сегментах автомобильного транспорта — легковых, легких коммерческих, грузовых автомобилей и автобусов.

Преобладающие позиции в производстве автомобилей занимают иностранные модели, в то время как производство отечественных моделей сократилось.

Более 60% произведенных в России моделей легковых автомобилей относятся к моделям с высоким уровнем локализации (50% и выше), спроектированным на базе платформ ведущих мировых автопроизводителей.

Производство автокомпонентов имеет ключевое влияние на экономику автопроизводителей и может быть источником конкурентного преимущества отрасли. При текущем положении

Согласно отчету РwC, в 2018 г. рынок легковых автомобилей продолжил свое восстановление и показал рост в 13%, несмотря на нестабильную экономическую ситуацию.



дел отрасль автокомпонентов в России не обладает конкурентным преимуществом на региональном или глобальном уровнях по причине низких масштабов производства и высоких транспортных издержек. Рынок автокомпонентов характеризуется жесткой конкуренцией со стороны иностранных производителей, высоким объемом контрафактной продукции.

Догоняем 2012 год

Объем рынка легковых автомобилей в РФ достиг своей высшей точки в 2012 г., составив 2,9 млн штук. В последние годы этот показатель снижался. Прогнозируется, что в 2020 г. продажи легковых автомобилей достигнут 1,7 млн штук, в 2025 г. — 2,2 млн штук, но так и не достигнут максимального значения 2012 г.

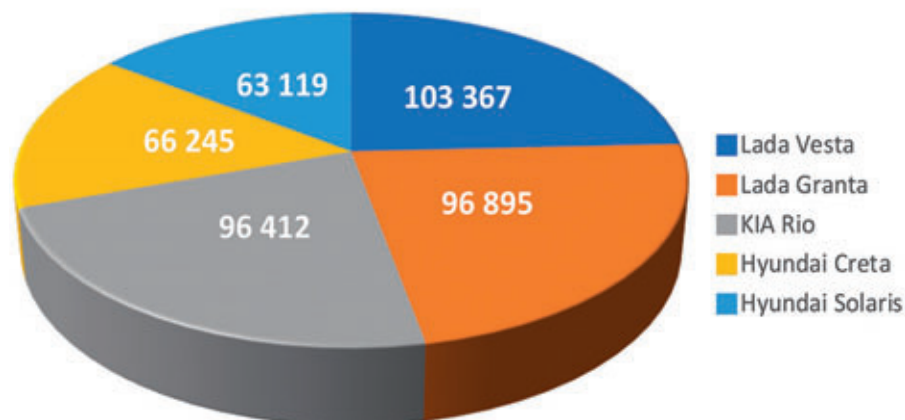
По данным Федеральной службы государственной статистики, производство легковых автомобилей в 2017 г. составило 1,3 млн штук. По оценке Министерства экономического развития РФ, их производство в 2020 г. составит 1,6 млн, в 2025 г. — 2,2 млн штук.

В России, согласно данным аналитического агентства «Автостат», по состоянию на 1 января 2019 г. насчитывалось 51,8 млн единиц автомобильной техники (в 2008 г. — 38,2 млн), 84% от этого количества приходится на легковые автомобили (43,5 млн шт.). Доля коммерческой и грузовой техники составляет 8% (4,1 млн) и 7% (3,8 млн) соответственно, на парк автобусов приходится около 1% автомобильного рынка (0,4 млн шт.).

На каждую тысячу жителей страны, по данным агентства «Автостат», приходилось в 2018 г. 297 автомобилей, что практически вдвое ниже аналогичного показателя в странах Европы, где в среднем на тысячу населения приходится 587 автомобилей. В рейтинге стран по автомобилизации населения на 1 тыс. человек Россия занимает 54 место, пропустив вперед такие страны, как США, Великобританию, Францию, Германию, Израиль, Китай, Австралию.

Совокупный объем российского производства автомобилей всех типов (легковые, грузовые, легкие коммерческие и автобусы), согласно отчету НП «Объединение автопроизводителей России», в 2018 г. составил 1 768 тыс. штук, уве-

Самые продаваемые модели новых легковых автомобилей в РФ в 2018 г. (шт.)





В 2018 г. компания «Яндекс» и правительство Татарстана подписали соглашение о сотрудничестве в деле развития беспилотных технологий. Теперь беспилотным автомобилем «Яндекс.Такси» на территории Иннополиса в Татарстане может воспользоваться любой взрослый житель города, давший согласие на участие в тестировании, а значит, это первая зона в России, где беспилотный транспорт служит нуждам обычных пассажиров. В 2019 г. такой автомобиль начал работу и на территории инновационного центра Сколково в Москве.

личившись на 13,9% по сравнению с 2017 г. Рост производства отмечен в секторах легковых автомобилей и автобусов, в то время как в секторе грузовых автомобилей наблюдался спад.

Продажи российских автопроизводителей в 2018 г. выросли на 14%, чему способствовал рост спроса на легковые автомобили Lada, в частности — на модели Vesta, Largus и Granta. Продажи легковых автомобилей UAZ продемонстрировали обратную динамику (-3% к результатам 2017 г.) и сократили свою долю на рынке до 1,2%.

Прирост продаж иностранных марок российского производства оказался выше среднеотраслевого уровня и составил 15%. По результатам 2018 г. более 60% всех продаж новых легковых автомобилей пришлось именно на данный сегмент.

Доля импорта в совокупных продажах в 2018 г. составила около 16%. В связи с ухудшившейся макроэкономической ситуацией и ослаблением национальной валюты по итогам 2018 г. продажи импортных автомобилей выросли лишь на 6%.

В 2019 г., согласно отчету аналитического агентства PwC, ожидается замедление темпов роста продаж легковых автомобилей на фоне возможного сни-

жения доходов населения и валютных колебаний.

Автомобилем надо делиться

В мировой автомобильной отрасли продолжают революционные изменения эксплуатации и производства автомобилей. Спрос на более совершенные технологии, экономная эксплуатация автомобилей, забота об экологии, проникновение интернета вещей в различные отрасли, в том числе и автомобильную, вызвали появление таких глобальных трендов, как каршеринг и райдшеринг, появление автономных автомобилей, производство электромобилей и встроенных технологий.

Стремительную популярность приобретают сервисы общего пользования автомобилей.

Согласно Стратегии — 2025, одним из наиболее популярных сервисов стал каршеринг (car-sharing) — вид краткосрочной аренды автомобилей. К его преимуществам относятся возможность поминутной аренды, возвращение автомобиля практически в любой точке внутри определенной зоны, бесплатная парковка около вокзалов и аэропортов, низкая стоимость поездки. Смежный вид сервиса на рынке арен-

На 1 тыс. жителей РФ приходилось в 2018 г. 297 автомобилей, что почти вдвое ниже, чем в странах Европы



ды автомобилей — это райдшеринг (ride-sharing), совместные поездки на автомобиле, где участники делят расходы между собой. В некоторых странах Западной Европы, США, Канаде райдшеринг разрешен на законодательном уровне, а пользователи сервиса имеют ряд преимуществ на дорогах.

Еще одним трендом в области общего пользования автомобилем являются услуги e-hailing, т.е. заказ автомобиля через мобильное устройство или компьютер (Uber, Яндекс.Такси и другие сервисы).

Общемировые тенденции направлены в сторону возрастания популярности таких сервисов. По разным прогнозам, продажи легковых автомобилей общего пользования в мире к 2030 г. могут достичь от 3 до 10 млн штук (общие продажи — от 115 до 126 млн автомобилей). Перспективы развития российского рынка предполагают увеличение доли автомобилей для каршеринга до 10% (более 200 тыс. шт.) к 2025 г.

Рынок райдшеринга в России пока развивается плохо в силу слабой регуляторной базы и репутационных

рисков. Представителем таких услуг является, например, сервис BlaBlaCar, репутация которого на российском рынке пока крайне низка.

Запланированное отставание

Оптимистичный сценарий для российского рынка, согласно Стратегии правительства России, подразумевает отставание от глобальных темпов роста доли электромобилей в продажах в среднем на 4–5 лет. Таким образом, доля электромобилей в продажах на российском рынке к 2020 г. может достичь 1–1,5% (т.е. 15–25 тыс. автомобилей).

По данным «Автостата», в России в 2017 г. было продано 95 новых электромобилей, общий парк таких автомобилей составил 1133 единицы, большинство из которых приходится на Москву и Московскую область.

Беспилотные автомобили на сегодняшний день являются одной из самых обсуждаемых тем в мировой автоиндустрии, однако для рядового пользователя это является лишь теорией и

подтверждением научного прогресса, а не перспективой внедрения таких автомобилей в персональное пользование. В России технологии беспилотного транспорта развивают «Яндекс» и научно-исследовательский центр НАМИ.

Согласно Стратегии — 2025, в рамках «дорожной карты» Национальной технологической инициативы (НТИ) по направлению «Автонет» запланирована реализация ряда проектов, направленных на развитие инфраструктуры для автономных транспортных средств, в том числе создание полигона для комплексных испытаний автомобилей с системами помощи водителю и автономных автомобилей, создание и отработка технологий безлюдной добычи и перевозки твердых полезных ископаемых с применением роботизированной карьерной техники, а также создание на территории России высокоскоростных автотранспортных коридоров для автономных транспортных средств.

Наталья ГРЕБЕНЮК

По состоянию на 1 января 2019 г. в России насчитывалось 51,8 млн единиц автомобильной техники

КЕЙТЕРИНГ — КОТОРОМУ МОЖНО ДОВЕРЯТЬ



Backstage
CATERING BY CROCUS GROUP

КОФЕ-БРЕЙКИ
СТРАТЕГИЧЕСКИЕ СЕССИИ
МЕРОПРИЯТИЯ
ЛЮБОГО УРОВНЯ

8 (925) 771-16-17
backstagecatering.ru



ЛУЧШЕ НЕ БУДЕТ

Российский автомобильный рынок в ближайшие годы будет далек от своих пиковых показателей 2011–2014 гг. Самое большее, на что можно надеяться в этом году, — повторение прошлогодних результатов.

Согласно опубликованной летом этого года статистике Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ), продажи автомобилей в РФ в I полугодии 2019 г. снизились на 2,4% по сравнению с тем же периодом 2018 г. Общее число проданных автомашин составило 828,7 тыс.

В 2000-е гг. российский автомобильный рынок развивался чрезвычайно неравномерно. В 2008 и 2012 гг. продажи легковых автомашин достигали своего максимума — 2,8 и 2,9 млн штук соответственно. Между этими годами был провал, и в 2009 г. число проданных машин сократилось почти вдвое по сравнению с предыдущим годом. После этого, достигнув пика в 2012 г., в 2015 г. покупки автомобилей снова упали на 35–40% по отношению к самым успешным 2011–2014 гг. В последние 4 года они составляют 1,4–1,6 млн штук. В 2018 г. продажи выросли на 13% — до 1,8 млн, что явилось, как отметил глава комитета автопроизводи-

В 2008 и 2012 гг. продажи легковых автомобилей в России достигали своего максимума — 2,8 и 2,9 млн соответственно

телей АЕБ Йорг Шрайбер, результатом отложенного спроса потенциальных покупателей, которые просто медлили с приобретением нового автомобиля в предыдущие кризисные годы. Однако это не изменило общей ситуации на рынке, и, по оценкам экспертов, продажи в лучшем случае останутся на том же уровне в ближайшие год-два.

Экономическое положение в стране не способствует росту потребительского спроса, в том числе на автомобили. Реальные доходы населения уменьшаются уже несколько лет подряд, наблюдается сокращение среднего класса, являющегося основным покупателем на автомобильном рынке. Не могли не сказаться на этом рынке валютный кризис и падение курса рубля, которые привели к росту цен на автомобили. Это вынуждает покупателей отдавать предпочтение более дешевым машинам. В свою очередь автосалоны с целью оптимизации затрат сокращают модельный ряд машин.

Снижение продаж и активности рынка приводит к уходу с него некоторых компаний. Немаловажную роль в этом играет общий инвестиционный климат в России, оставляющий, по мнению участников рынка, желать лучшего. После 2015 г. о сокращении ассортимента продаваемых в России машин или о полном своем уходе с рынка заявили более 10 иностранных компаний.

В начале 2019 г. о радикальном сокращении своего бизнеса в России со-

общила компания Ford. Она закрывает два завода в Набережных Челнах и Всеволожске, а также завод по производству двигателей в Елабуге. После этого Ford прекратит производство и продажи легковых автомобилей в стране, оставив только поставки легких коммерческих автомобилей Ford Transit. Вместе с тем, компания продолжит поддерживать обязательства по гарантийному ремонту и сервису легковых автомобилей.

Текущий 2019 г., по оценкам экспертов, не обещает особых успехов на автомобильном рынке. Здесь существенно то, что развитие автомобильной отрасли крайне чувствительно к экономическим и регуляторным факторам. Среди первых важными являются состояние внешней рыночной конъюнктуры, динамика цен на нефть и обменный курс рубля. В современных условиях играет также немаловажную роль риск введения новых ограничительных мер.

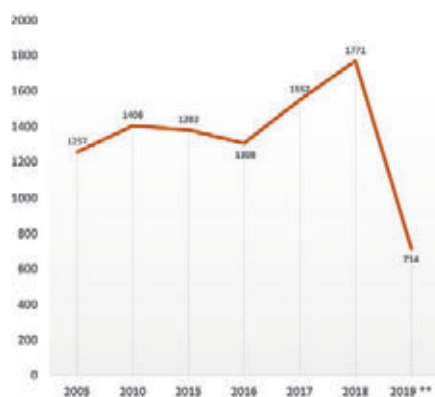
Регуляторные рычаги включают возможную индексацию утилизационного сбора и применение системного механизма государственных субсидий автопроизводителям и поставщикам,

Важными факторами, влияющими на ситуацию на автомобильном рынке, являются состояние внешней рыночной конъюнктуры, динамика цен на нефть и обменный курс рубля.

компенсирующих инвестиции в локализацию производства. Наряду с этим существенными факторами являются импортные пошлины на автокомпоненты, а также внутренние налоги (например, недавнее повышение НДС).

Оценки ситуации на российском автомобильном рынке на ближайший период заметно менялись в течение первого полугодия. Так, в начале года глава комитета автопроизводителей АЕБ Йорг Шрайбер говорил о возможном росте продаж автомобилей к концу 2019 г. Однако после опубликования итогов продаж в январе-июне он заявил, что «рост рынка в 2019 г. — уже больше не реалистичный сценарий. Даже при некотором положительном тренде во второй половине года, самое лучшее, на что можно было бы надеяться, — повторение результата продаж прошлого года».

Производство автомобилей в России* (тыс. шт.)



*Вкл. легковые, автобусы, грузовые. **1 полугодие. Источник: Росстат.

CROCUS | Event

#ПРОСТРАНСТВОСОБЫТИЙ

**БОЛЕЕ 100 ПЛОЩАДОК
ОРГАНИЗАЦИЯ МЕРОПРИЯТИЙ «ПОД КЛЮЧ»**

+7 (499) 490-29-99 / info@crocusevent.ru

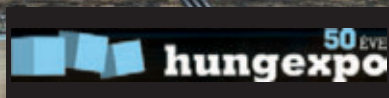
crocusevent.ru

RESTAURANTS
by Crocus Group

Автомобили

Выставка, организатор	Время проведения	Место проведения	Контакты
SEOUL AUTO SALON SeoulMesse Ltd.	3–6.10.19	Южная Корея Сеул	www.seoulmesse.com; jiae@seoulmesse.com тел. +82 2 6000 1514; факс +82 2 6000 1519
AUTOSALON NITRA Agrokomplex-Vystavnictvo Nitra	3–6.10.19	Словакия Нитра	www.agrokomplex.sk; agrokomplex@agrokomplex.sk тел./факс +421 37 6572 111
MEMPHIS INTERNATIONAL AUTO SHOW Motor Trend Auto Shows, Inc.	4–6.10.19	США Мемфис	www.motortrendautoshow.com; lisa.gelb@primedia.com тел. +1 717 671 4300; факс +1 717 671 4303
MOTORSHOW PORTO Exponor	4–6.10.19	Португалия Порто	www.exponor.pt; info@exponor.pt тел. +351 22 998 1400; факс +351 22 995 7499
AUTOMOBILE SHOW MONTENEGRO Adriatic Fair Budva	9–13.10.19	Черногория Будва	www.adriafair.co.me; jadranskisajam@t-com.me тел. +382 33 410 403; факс +382 33 452 132
MOTOR SHOW SOFIA Inter Expo Center Ltd.	11–20.10.19	Болгария София	www.iec.bg; iec@iec.bg тел. +359 2 9655 220; факс +359 2 9655 231
MOTORCLASSICA ETF	11–13.10.19	Австралия Мельбурн	www.etf.com.au; info@etf.com.au тел. +61 3 9321 6755; факс +61 3 9321 6751
CARAVANING Fira de Barcelona	12–20.10.19	Испания Барселона	www.firabarcelona.com; info@firabcn.es тел. +34 93 233 2000; факс +34 93 233 2198
NASHVILLE INTERNATIONAL AUTO SHOW Motor Trend Auto Shows, Inc.	18–20.10.19	США Нэшвилл	www.motortrendautoshow.com; lisa.gelb@primedia.com тел. +1 717 671 4300; факс +1 717 671 4303
SUISSE CARAVAN SALON BernExpo AG	24–28.10.19	Швейцария Берн	www.bernexpo.ch; info@bernexpo.ch тел. +41 31 340 1111; факс +41 31 340 1110
OSLO MOTOR SHOW Norges Varemesse	25–27.10.19	Норвегия Лиллестрём	www.messe.no; nv@messe.no тел. +47 6693 9100; факс +47 6693 9101
AUTO ZURICH CAR SHOW MCH Foire Suisse (Holding) SA	31.10 — 3.11.19	Швейцария Цюрих	www.messe.ch; info@messe.ch тел. +41 58 200 2020; факс +41 58 206 2182
CARAVANING BRNO BVV	7–10.11.19	Чехия Брно	www.bvv.cz; info@bvv.cz тел. +420 541 151 111; факс +420 541 153 070
DUBAI INTERNATIONAL MOTOR SHOW Dubai World Trade Centre	12–16.11.19	ОАЭ Дубай	www.dwtc.com; info@dwtc.com тел. +971 4 332 1000; факс +971 4 331 2173
INTERNATIONAL MOTOR SHOW Luxexpo The Box	15–17.11.19	Люксембург	http://thebox.lu; info@luxexpo.lu тел. +352 43 99 1; факс +352 43 99 315
LOS ANGELES AUTO SHOW LA Auto Show	22.11 — 1.12.19	США Лос-Анджелес	http://laautoshow.com; mail@laautoshow.com тел. +1 310 444 1850; факс +1 310 444 5971
MILANO AUTOCLASSICA Orgacom	22–24.11.19	Италия Милан	www.orgacom.it; mail@orgacom.it тел. +39 0572 91 0474; факс +39 0572 91 1228
THAILAND INTERNATIONAL MOTOR EXPO Inter-Media Consultant Co. Ltd.	29.11 — 10.12.19	Таиланд Бангкок	www.motorexpo.co.th; contact@motorexpo.co.th тел. +66 2641 8444; факс +66 2641 8480
ESSEN MOTOR-SHOW Messe Essen GmbH	30.11 — 8.12.19	Германия Эссен	www.messe-essen.de; info@messe-essen.de тел. +49 (0) 201 724 40; факс +49 (0)201 724 4248
BRUSSELS INTERNATIONAL MOTOR SHOW Febiac	10–19.01.20	Бельгия Брюссель	www.febiac.be; info@febiac.be тел. +32 (0)2 778 6400; факс +32 (0)2 762 8171
CMT Messe Stuttgart International	11–19.01.20	Германия Штутгарт	www.messe-stuttgart.de; info@messe-stuttgart.de тел. +49 (0) 711 258 9 550; факс +49 (0)711 258 9 440
VIENNA AUTOSHOW Reed Exhibitions Salzburg	16–19.01.20	Австрия Вена	www.messe.at; info@reedexpo.at тел. +43 662 4477 0; +43 662 4477 161
CARAVAN HELSINKI Messukeskus	17–19.01.20	Финляндия Хельсинки	http://messukeskushelsinki.fi; customer.service@messukeskus.com тел. +358 40 450 3250; факс +358 9 142 358
SALON INTERNATIONAL DE L'AUTOMOBILE DE MONTREAL CCAM	17–26.01.20	Канада Монреаль	www.ccam.qc.ca; info@ccam.qc.ca тел. +1 514 331 6571; факс +1 514 331 2045
CARAVAN UND CAMPING Fachausstellungen Heckmann	29.01 — 2.02.20	Германия Ганновер	www.heckmanngmbh.de; info@fh.messe.de тел. +49 (0)511 9 9095 0; факс +49 (0)511 9 90 9550
AUTO EXPO ACMA	6–9.02.20	Индия Нью-Дели	www.acmainfo.com; acma@vsnl.com тел. +91 11 616 0315; факс +91 11 616 0317
GENEVA INTERNATIONAL MOTOR SHOW Palexpo SA	5–15.03.20	Швейцария Женева	www.palexpo.ch; info@palexpo.ch тел. +41 22 761 1111; факс +41 22 798 0100
INAPA JAKARTA PT. Global Expo Management (GEM Indonesia)	18–20.03.20	Индонезия Джакарта	www.gem-indonesia.com; info@gem-indonesia.com тел. +62 21 5435 8118; факс +62 21 5435 8119
MOTOR SHOW POZNAŃ Poznan International Fair	26–29.03.20	Польша Познань	www.mtp.pl; info@mtp.pl тел. +48 61 869 2000; факс +48 61 869 2999
ZAGREB AUTO SHOW Zagreb Fair	31.03 — 5.04.20	Хорватия Загреб	www.zv.hr; zagvel@zv.hr тел. +385 (0)1 6503 111; +385 (0)1 6550 619
AUTOWORLD Farexpo	9–12.04.20	Россия Санкт-Петербург	www.en.farexpo.ru; office@farexpo.ru тел./факс +7 812 118 3537
NYIAS GNYADA	10–19.04.20	США Нью-Йорк	www.gnyada.com; assistance@gnyada.com тел. +1 718 746 5900; факс +1 718 746 5557
NAIAS NAIAS	6–20.06.20	США Детройт	www.naias.com; naias-media@baileypr.com тел. +1 248 643 0250; факс +1 248 637 0784

Выставки, конгрессы,



HUNGEXPO

В мае началась реконструкция старейшего выставочного центра Венгрии Hungexpo, отметившего в прошлом году полувековой юбилей. В настоящее время он имеет 6 павильонов общей площадью 50,3 тыс. кв. м. В первую очередь запланирован косметический ремонт существующих павильонов и соединение их крытым переходом. Следующий этап — строительство двух выставочных залов с естественным освещением площадью 5,5 и 7,5 тыс. кв. м, офисов, конференц-комнат, входного павильона, а также современного трехуровневого конгресс-центра с залом пленарных заседаний на 2 тыс. мест и террасой на крыше. Все работы планируют завершить в течение двух лет.

event.hungexpo.hu



AUMA

Ассоциация немецкой выставочной индустрии представила отчет AUMA MesseTrend 2019, подготовленный фирмой TNS Emnid на основе опроса представителей 500 компаний-экспонентов. Как оказалось, при участии в выставках каждая компания ставит не менее восьми целей, включая шесть главных: развитие отношений с партнерами (90% ответов); повышение осведомленности о компании и ее продукции (89%); привлечение новых клиентов (89%); презентация продукции и услуг (82%); улучшение имиджа фирмы и брендов (83%); подписание контрактов (67%). В целом ответы ожидаемы и традиционны. Единственное заметное отличие от аналогичного отчета 2012 г. — рост внимания к поиску персонала в ходе выставки: тогда эту цель называли 15% экспонентов, сейчас — 23%, а среди крупных компаний с годовой выручкой свыше 125 млн евро — 41%.

www.auma.de/reports



UFI

Опубликован отчет Всемирной ассоциации выставочной индустрии «Влияние выставок на мировую экономику» (Global Economic Impact of Exhibitions). На базе статистики UFI компания Oxford Economics разработала математическую модель влияния выставочного бизнеса на глобальную экономику. Выводы впечатляют. В 2018 г. 4,5 млн экспонентов и 303 млн посетителей приняли участие примерно в 32 тыс. выставок. По количеству посетителей лидируют Европа (112 млн) и Северная Америка (91 млн). В целом выставки генерируют прямой вклад в ВВП (совокупный объем расходов всех участников выставочной деятельности) в 81,1 млрд долл. Общий экономический эффект оценивается в 325 млрд долл.

www.ufi.org/research



«СКРЕПКА ЭКСПО ПРОЕКТ» / «ГРАНД ЭКСПО»

Устроители ежегодных выставок «Скрепка Экспо» и Kids Russia объявили об их совместном проведении в «Крокус Экспо» с 10 по 13 февраля 2020 г. Нынешней весной их разделял месяц (первая собрала 272 экспонента, вторая — 154). Характерно, что дирекция «Скрепки Экспо» продвигает общий проект под именем SkrepkaKids Expo, а в «Гранд Экспо» по-прежнему говорят лишь о Kids Russia. В то же время проснулись и конкуренты. Созданная в начале года «Объединенная выставочная компания» объявила о проведении конкурирующей выставки «Российский канцелярский форум» в «Экспоцентре» с 3 по 5 марта 2020 г.

<https://skrepkaexpo.ru>, www.delo-st.ru

форумы



GL EVENTS

Французский холдинг приобрел 60% акций компании Shenzhen Sheng Shi Peng Cheng Exhibitions, организатора выставки Fashion Source, дважды в год проходящей в Шэньчжэне. Тематика проекта — мода (одежда, ткани, аксессуары). Китайский менеджмент сохранил 40% акций. Ожидается, что в 2019 г. выручка предприятия составит 10 млн евро, а рентабельность превысит 35%. Новое приобретение стало очередным шагом в стратегии GL Events по «завоеванию Китая». С начала года в собственность холдинга перешли контрольные пакеты акций компании выставочного сервиса ZZK (ныне — GL events Live Shenzhen) и фирмы CIEC Union — организатора шести выставок строительных материалов, отделочных работ и товаров для дома. www.glevents.com/ExhibitionsInChina

NÜRNBERG MESSE

NÜRNBERGMESSE

Руководство компании NürnbergMesse приняло решение выйти на мексиканский рынок сразу с двумя проектами, премьера которых намечена на 2020 г. Первой, с 29 по 31 июля, в Мехико пройдет международная выставка Beviale Mexico, охватывающая всю технологическую цепочку индустрии напитков, начиная с сырья и заканчивая логистикой. Будут представлены все сегменты рынка, включая гордость Мексики — текилу и мецкаль. Затем, с 10 по 12 ноября, в Гвадалахаре состоится международная выставка EUROGUSS Mexico. В экспозиции — оборудование, технологии и материалы для литья под давлением деталей и конструкций, востребованных, прежде всего, в автомобильной индустрии, авиастроении и электроэнергетике. www.nuernbergmesse.de



MCH GROUP

Швейцарская компания MCH Group объявила об отмене двух традиционных выставок, намеченных на сентябрь 2019 г.: Ineltec (электроника, «умный дом») и Sicherheit (технологии безопасности). Согласно пресс-релизу, вместо планировавшихся 350 заявок на участие в двух мероприятиях их число не превысило 150. В этих условиях руководство приняло кардинальное решение отказаться от проектов и, в то же время, расширить экспозицию международной выставки строительства и недвижимости Swissbau за счет разделов автоматизации, энергоснабжения, освещения и безопасности зданий. В прошлом году Swissbau собрала 1046 экспонентов и 98 тыс. посетителей. Следующая выставка состоится с 14 по 18 января 2020 г. mch-group.com/SwissbauExtends



DEUTSCHE MESSE/BITMI

Премьера выставки Twenty2x в Ганновере запланирована на 17–19 марта 2020 г. Организаторы — Немецкая ассоциация предприятий малого и среднего бизнеса в области IT-технологий (Bitmi) и Deutsche Messe. По словам президента Bitmi Оливера Грюна, после отмены SEBIT необходимость создания новой платформы для продвижения бизнеса малых цифровых компаний стала не просто актуальной, а жизненно необходима. В настоящее время определены темы будущей выставки: цифровые разработки для государственных структур, мобильные технологии и финансовые услуги. Партнерами Twenty2x стали ассоциация интернет-экономики Eсо, Немецкий союз IT-пользователей Voice и ассоциация стартапов Германии BVDS. messe.de/twenty2x

«КРОКУС ЭКСПО»:

PSI Russia

Профессионалам не нужно представлять крупнейшую в Европе выставку рекламной продукции PSI в Дюссельдорфе. Год назад у нее появилась русская «дочка» и сразу заявила о себе как о серьезном игроке рынка: 143 экспонента и 3,2 тыс. посетителей. Премьера прошла успешно, и вот, с 10 по 12 сентября, компания Reed Exhibitions проводит вторую международную выставку-фестиваль промоиндустрии PSI Russia. Отечественные и зарубежные экспоненты покажут продукцию мирового уровня для продвижения российских брендов. Выставку сопровождают конкурс PSI Russia Awards, конференция, презентации и серия деловых игр.



HEIMTEXTIL RUSSIA

Текстильное вдохновение — именно так определили суть события организаторы из «Мессе Франкфурт РУС». Международная выставка домашнего текстиля и тканей для оформления интерьера Heimtextil Russia — 2019 откроет свои двери с 17 по 19 сентября. Наряду с обширной экспозицией нас ждут конференции, практические занятия и церемония награждения дизайнерской премией. Выставка проходит более 20 лет. Европейские стандарты и качество организации сделали ее ведущим смотром поставщиков всех видов текстильной продукции для дома, отеля, ресторана и офиса, начиная с постельного белья и заканчивая карнизами.



ДЕНТАЛ-ЭКСПО

Лечение зубов — тяжелая проблема для миллионов и неисчерпаемый источник доходов стоматологов, плюс поистине вечный двигатель медицинских технологий. Закономерно, что выставки стоматологии есть во всех странах. В России эту нишу прочно занимает фирма «ДЕ-5», организатор серии мероприятий в столице и регионах. Ключевое событие в этом ряду — Московский международный стоматологический форум «Дентал-Экспо», запланированный на 23–26 сентября, с участием порядка 500 экспонентов и научной программой, предлагающей свыше 600 докладов и презентаций. Понятно, что пропустить это событие не может ни один уважающий себя стоматолог.

Выставки для уютной жизни

Красиво жить не запретишь. Всех, кто разделяет такой подход, компании «МОККА Экспо Групп» и «ИнтерДеко Экспо» приглашают на праздник товаров для дома и загородной жизни, который пройдет с 10 по 12 сентября. Форум, объединивший выставки HouseHold Expo; Stylish Home. Gifts и Christmas Box. Podarki, дважды в год собирает около 750 экспонентов и 17,5 тыс. гостей. Тематика экспозиции почти неисчерпаема: предметы декора, интерьера и освещения, мебель, текстиль, подарки, сувениры... Каждый день деловой программы, а это десятки интереснейших докладов и мастер-классов, посвящен одной из трех тем: региональный ритейл, дизайн и интернет-продажи.



ДЕНЬ ЗА ДНЕМ



«Импортозамещение»

Последние пять лет в России проводится целенаправленная политика на замену импорта продукцией собственного производства. Это касается как продовольствия, так и наукоемких технологий и современного оборудования. Главной площадкой для демонстраций этих достижений стала выставка «Импортозамещение», которую «Крокус Экспо» в этом году проводит уже в пятый раз. С 10 по 12 сентября свыше 300 отечественных предприятий вновь представят лучшие образцы российских технологий и оборудования для всех отраслей промышленности, конкурентоспособных как на отечественном, так и на зарубежном рынке.

CeMAT Russia

По традиции сентябрь отмечен знаковым событием на рынке логистических услуг. Речь идет о единственной в стране международной выставке складской техники и систем, подъемно-транспортного оборудования и средств автоматизации склада CeMAT Russia. Год назад в ней принял участие 141 экспонент, включая крупнейших мировых производителей: Komatsu, Honeywell, Каур, Manitou и др. Было представлено свыше 200 глобальных брендов. О качестве проекта можно судить по одному факту: 72% посетителей — первые лица или руководители подразделений в своих компаниях. Десятая юбилейная выставка CeMAT Russia 2019 намечена на 24–26 сентября. Организатор — Deutsche Messe RUS.



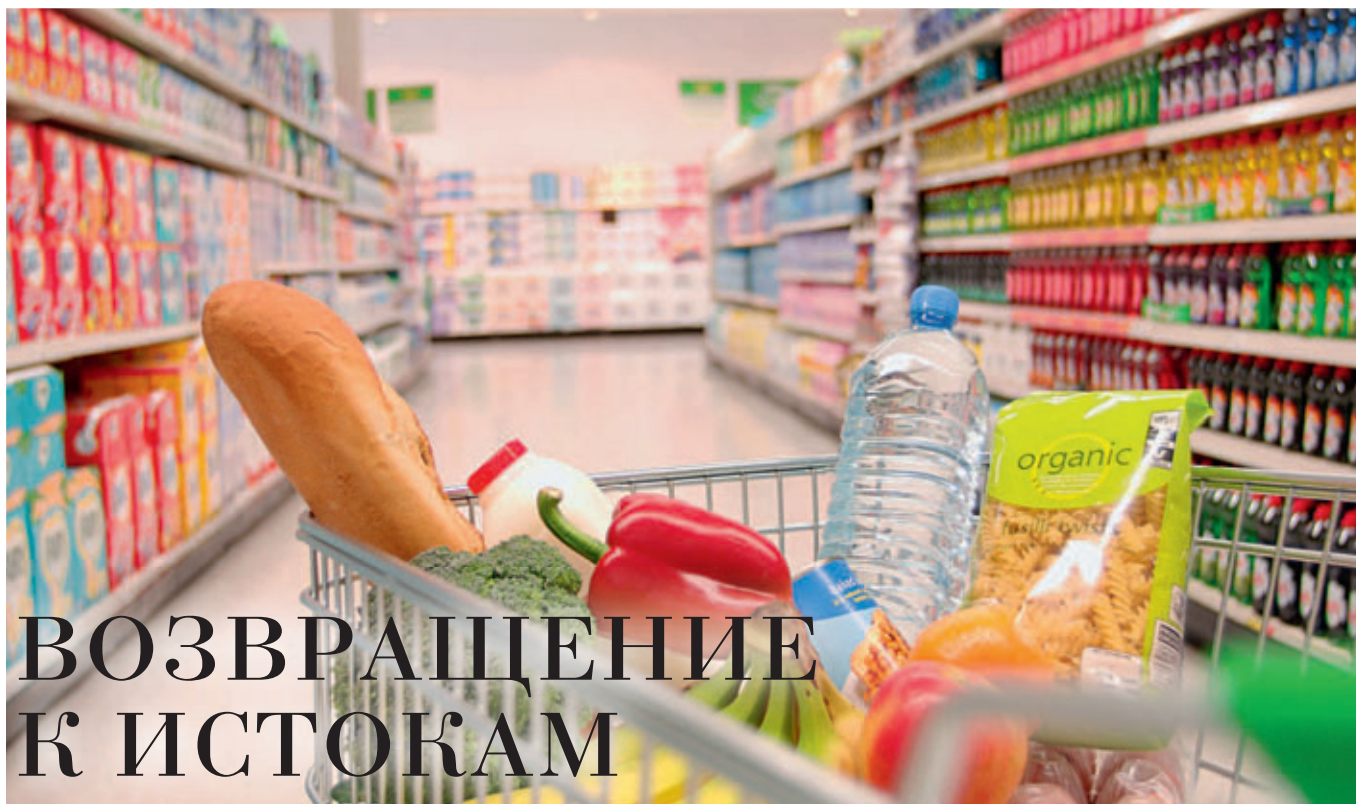
InDecor Moscow

С 9 по 12 октября компания MVK приглашает на свою самую элегантную выставку, побывать на которой стоит только ради того, чтобы ощутить дух времени и стиль эпохи. Впрочем, проект InDecor Moscow предназначен только для специалистов, а им общих впечатлений мало. Нужна перспективная (с точки зрения бизнеса) продукция, отражающая последние тенденции индустрии дизайна интерьера и декорирования помещений: мебель, предметы обстановки, посуда, домашний текстиль, свет в интерьере и пр. Все это есть на выставке, и с избытком. В прошлом году на ней побывало 9,1 тыс. профессионалов.

ИгроМир/Comic Con Russia

Выставку «ИгроМир» и фестиваль поп-культуры Comic Con Russia заслуженно называют главной в России территорией интерактивных развлечений. Только здесь десятки разработчиков презентуют новые виртуальные игры для компьютеров, консолей, мобильных телефонов и иных цифровых платформ, а посетители могут лично протестировать игровое «железо». В рамках фестиваля Comic Con Russia они первыми увидят премьеры кино- и телефильмов. Организатор, Конференция разработчиков компьютерных игр (КРИ), зовет в фантастическое путешествие по виртуальным мирам с 3 по 6 октября.





ВОЗВРАЩЕНИЕ К ИСТОКАМ

Выставка WorldFood Moscow — один из самых показательных примеров взаимосвязи торговых выставок и развития товарного рынка. Она сыграла важнейшую роль в начале 1990-х гг., когда поставки продуктов питания в РФ из-за рубежа только налаживались. В этом отношении она сохраняет свою значимость до сих пор.

На выставке WorldFood Moscow в 2018 г. в конкурсе «Продукт года» было представлено 483 образца от 144 компаний. По итогам работы дегустационной комиссии Гран-при присужден 10 компаниям, золотые медали получили 164 продукта от 83 компаний, серебряные медали — 61 продукт от 38 компаний, и бронзовых медалей были удостоены 27 продуктов от 18 компаний-производителей.

С 24 по 27 сентября 2019 г. в павильонах МВЦ «Крокус Экспо» впервые пройдет выставка WorldFood Moscow. Событие знаменательное, ведь выставка WorldFood была создана российской компанией «Крокус Интернэшнл» и американской Comtek International. Премьера состоялась в 1992 г. на ВДНХ. С 1994 г. выставка проводилась в «Экспоцентре». В 2000 г. сменился ее владелец — им стала английская компания ITE.

В конце 1980-х — начале 1990-х гг. в России не хватало продуктов питания. Отечественная пищевая промышленность была не в состоянии обеспечить спрос, а импорт был ограничен из-за отсутствия средств. Поэтому новая выставка продуктов питания и технологий для их переработки была объективно необходима.

WorldFood Moscow открыла новую страницу в формировании российского рынка продовольственных товаров. В ее первых экспозициях участвовали преимущественно иностранные компании, которые предлагали широкий выбор товаров — мясную и молочную продукцию, кондитерские изделия, различные консервы. В это время российские компании уже получили возможность прямых закупок разнообразной продовольственной продук-

ции с использованием иностранных и российских кредитов.

На выставке WorldFood Moscow была представлена не только еда, но и оборудование для ее производства. Выставка стала площадкой для активного взаимодействия иностранных производителей оборудования и российских предприятий пищевой промышленности. Во многих случаях зарубежные компании — участники World Food Moscow непосредственно сами создавали в России производственные предприятия. На российский рынок вышли такие крупные игроки, как «Данон», «Хайнц», «Нестле», «Марс», «Тетра Пак».

С самого начала выставка WorldFood Moscow пользовалась поддержкой Министерства сельского хозяйства РФ, которое содействовало участию в ней российских производителей. Со временем они стали занимать значительную часть экспозиции, что расширило их контакты с иностранными партнерами и возможности совершенствования собственного производства. Так, в 1994 г. в выставке участвовало всего 9 российских компаний, а в 1997 г. их было уже 140. Сейчас на долю российских компаний приходится более 40% всех участников.

Выставка WorldFood Moscow по мере своего развития расширяла тематику экспозиции. Со временем в ее составе появлялись новые направления. В частности, в экспозицию были включены упаковочное оборудование, оборудование для сектора общественного питания, торговых центров, гостиниц. На базе этих направлений впоследствии сформировались самостоятельные отраслевые отечественные выставки, которые успешно работают в настоящее время.

В 2019 г. в выставке WorldFood Moscow, как ожидается, примут участие свыше полутора тысяч компаний из более чем 60 стран. Большинство из них входит в ассоциации производителей продовольственных товаров в своих странах. Эти объединения организуют национальные экспозиции на выставке. В этом году ожидается 23 национальных стенда из Европы, 24 — из Азии, 9 — из Африки и 8 — из Америки. Иностранные компании составляют более 60% общего числа участников.

Создателями выставки WorldFood Moscow были российская компания «Крокус Интернэшнл» и американская Comtek International

Выставка продолжает получать поддержку российских государственных организаций. Так, правительство Москвы объявило о компенсации до 50% расходов на участие в WorldFood Moscow в 2019 г. предприятиям малого и среднего бизнеса. В частности, имеется в виду возмещение затрат на регистрационный взнос, аренду выставочной площадки, застройку и оборудование стенда. Значимость выставки усиливает насыщенная деловая программа. На этот раз запланировано проведение форума лидеров продовольственного бизнеса, конференции «Академия WorldFood Retail», а также конкурса «Продукт года».

WorldFood Moscow в цифрах

Годы/показатель	2014	2016	2018
Число участников	1674	1433	1560
Общая площадь (тыс. кв. м)	54,6	53,4	58,5
Число посетителей (тыс. чел.)	30,1	28,9	30,7

Перевод WorldFood Moscow в 2019 г. в МВЦ «Крокус Экспо» расширяет возможности развития экспозиции. В нее добавляются новые национальные группы, появляется возможность интеграции мероприятий деловой программы непосредственно в выставочные павильоны. На новой площадке для экспертов секторов ретейла, HoReCa и дистрибьюторов будет организована обширная трехдневная программа мероприятий, в которой выступят эксперты в области ретейла из России и других стран, ведущие аналитики и руководители компаний — лидеров индустрии.

Для многих компаний, как отечественных, так и зарубежных, выставка WorldFood Moscow стала эффективной бизнес-площадкой для выхода на российский рынок и расширения бизнеса. Участие в выставке, по мнению многих компаний, работающих на российском продовольственном рынке, позволяет увеличить объемы продаж, расширить географию поставок, а также способствует оперативному продвижению новой продукции.

NOSECRET
by Valeriya
ВКУСНО - ПРАВИЛЬНО - С ДОСТАВКОЙ

ОТ 1600 ₺

ДО 6 ПРИЕМОВ ПИЩИ В ДЕНЬ

+ 7 495 120 40 04

NOSECRETBYVALERIYA.RU

Instagram: @NOSECRETBYVALERIYA Facebook: #этовсеуже

Доступно в
App Store

Доступно в
Google Play

RESTAURANTS

При заказе от 1 недели программы LTE.

Продукты питания

Выставка, организатор	Время проведения	Место проведения	Контакты
S-TEC JAPAN UBM Media Co., Ltd.	2–4.10.19	Япония Токио	www.ubmjapan.com тел. +81 3 5296 1020; факс +81 3 5296 1018
BIOSTYLE Incheba Jsc	3–5.10.19	Словакия Братислава	www.incheba.sk; incheba@incheba.sk тел. +421 2 6727 1111; факс +421 2 6241 1838
ANUGA Koelnmesse GmbH	5–9.10.19	Германия Кёльн	www.koelnmesse.com; info@koelnmesse.de тел. +49 221 821 0; факс +49 221 821 2574
I MEAT ESPANA Ecod sas di Luca Codato & C.	6–7.10.19	Испания Барселона	www.ecod.it; info@ecod.it тел. +39 0331 51 8056; факс +39 0331 42 4780
PIR Экспо ООО "ПИР Экспо"	7–10.10.19	Россия Москва	www.pirexpo.com; info@pirexpo.com тел./факс +7 495 637 9440
АГРОПРОДМАШ АО "Экспоцентр"	7–11.10.19	Россия Москва	www.agroprod mash-expo.ru; apm@expocentr.ru тел. +7 495 609 4052; факс +7 495 609 4168
AGRILEVANTE Fiera del Levante	10–13.10.19	Италия Бари	www.fieradellevante.it; messaggi@fieradellevante.it тел. +39 080 536 6349; факс +39 080 536 6491
SAUDI AGRO-FOOD International Fairs and Promotion (IFP)	21–24.10.19	Саудовская Аравия Эр-Рияд	www.ifpexpo.com; info@ifpexpo.com тел. +961 5 959 111; факс +961 5 959 888
HALAL EXPO DUBAI Orange Fairs & Events	22–23.10.19	ОАЭ Дубай	www.orangeairs.com; orangex@emirates.net.ae тел. +971 4 298 8144; факс +971 4 298 7886
FOOD-TECH EURASIA Tuyap Fairs and Exhibitions Organization Inc.	23–26.10.19	Турция Стамбул	www.tuyap.com.tr; sales@tuyap.com.tr тел. +90 212 867 1100; факс +90 212 886 6698
GULFOOD MANUFACTURING Dubai World Trade Centre	29–31.10.19	ОАЭ Дубай	www.dwtc.com; info@dwtc.com тел. +971 4 332 1000; факс +971 4 331 2173
FHC CHINA China International Exhibitions Ltd	12–14.11.19	Китай Шанхай	www.chinaallworld.com; cie@chinaallworld.com тел. +86 21 6209 5209; факс +86 21 6209 5210
VIETNAM FOOD EXPO VIETRADE	13–16.11.19	Вьетнам Хошимин	www.vietrade.gov.vn; thuynt@vietrade.gov.vn тел. +84 4 3936 6287; факс +84 4 3936 4793
SIAL INTERFOOD INDONESIA Krista Exhibitions	13–16.11.19	Индонезия Джакарта	www.kristamedia.com; info@kristamedia.com тел. +62 21 634 5861; факс +62 21 634 0140
TAIWAN INTERNATIONAL FOOD INDUSTRY SHOW Chan Chao International Co., Ltd	15–18.11.19	Тайвань Тайбэй	www.chanchao.com.tw; akai@chanchao.com.tw тел. +886 2 2659 6000 (ext.176); факс +886 2 2659 7000
STREET FOOD LIVE Prysm Group	19–20.11.19	Великобритания Лондон	www.prysmgroup.co.uk; nick.woore@prysmgroup.co.uk тел./факс +44 0117 930 4927
FOOD WEEK KOREA COEX	20–23.11.19	Южная Корея Сеул	www.coex.co.kr; dohy136@coex.co.kr тел. +82 (0)2 6000 0114; факс +82 (0)2 6000 1302
EAT&STYLE - STUTTGART Fleet Events GmbH	22–24.11.19	Германия Штутгарт	www.fleet-events.de; info@fleet-events.de тел. +49 4066 906 900; факс +49 4066 906 800
MOROCCO FOOD EXPO Elan Expo	6–8.12.19	Марокко Касабланка	www.elanexpo.net; info@elanexpo.net тел. +90 212 273 1888; факс +90 212 273 1819
HONG KONG FOOD FESTIVAL Hongkong-Asia Exhibition (Holdings) Ltd.	25–29.12.19	Китай Гонконг	www.hka.com.hk; hkexhi@hka.com.hk тел. +852 2 591 9823; факс +852 2573 3311
BELLAVITA EXPO - AMSTERDAM Bellavita Expo Ltd	13–15.01.20	Нидерланды Амстердам	www.bellavita.com; info@quirismedia.com тел./факс +44 (0) 20 3002 0506
INTERNATIONAL GREEN WEEK BERLIN Messe Berlin GmbH	17–26.01.20	Германия Берлин	www.messe-berlin.com; central@messe-berlin.de тел. +49 (0)30 3038 0; факс +49 (0)30 3038 2325
SIGEP Italian Exhibition Group	18–21.01.20	Италия Римини	www.iegexpo.it; info@iegexpo.it тел. +39 0541 74 4111; факс +39 0541 74 4200
WINTER FANCY FOOD SHOW NASFT	19–21.01.20	США Сан-Франциско	www.nasft.org; customerservice@nasft.org тел. +1 212 482 6440; факс +1 212 482 6459
SAGA DOM Nicexpo	31.01 — 2.02.20	Франция Париж	www.nicexpo.org; contact@nicexpo.org тел. +33 (0)4 9200 2080; факс +33 (0)4 9356 4977
SIRHA BUDAPEST GL Events Exhibitions	4–6.02.20	Венгрия Будапешт	www.gl-events.com; info@gl-events.com тел. +33 (0)4 78 176 176; факс +33 (0)4 78 176 177
FOOD PACK ASIA Digiview Advertising Group Co., Ltd.	12–15.02.20	Таиланд Бангкок	www.thailandindustrialfair.com; Pornsawatv@gmail.com тел. +66 2838 9999; факс +66 2760 8880
FOODSERVICE MOSCOW Компания MVK	18–21.02.20	Россия Москва	https://ingred.ru; ingredients@mvk.ru тел./факс +7 495 252 1107
DAIRYTECH МОЛОЧНАЯ И МЯСНАЯ ИНДУСТРИЯ ITE	18–21.02.20	Россия Москва	www.ite-expo.ru; md@ite-expo.ru тел. +7 499 750 0828; факс +7 499 750 0830
JAPAN FOOD SERVICE EQUIPMENT SHOW JMA	18–21.02.20	Япония Токио	www.jma.or.jp; convention@jma.or.jp тел. +81 (0)3 3434 0093; факс +81 (0)3 3434 8076
FOODEXPO Messecenter Herning	22–24.03.20	Дания Хернинг	www.messecenter.dk; mch@messecenter.dk тел. +45 9926 9926; факс +45 9926 9900
LIVESTOCK ASIA UBM Asia Ltd.	7–9.04.20	Малайзия Малакка	www.ubmasia.com; fo-hk@ubm.com тел. +852 2827 6211; факс +852 3749 7342

ПИР БЕЗ ГРАНИЦ

С 7 по 10 октября в 3-м павильоне МВЦ «Крокус Экспо» вновь грянет ПИР. Здесь в 22-й раз пройдет международная выставка PIR EXPO — крупнейшее в России профессиональное мероприятие в сфере HoReCa, задающее новые тренды индустрии гостеприимства.

Международный выставочный проект PIR EXPO включает в себя четыре специализированные выставки, охватывающие все ключевые направления развития индустрии HoReCa в России: «ПИР — Ресторан», «ПИР — Отель», «ПИР — Кофе» и «ПИР — Франчайзинг». Каждая из выставок является крупнейшим и наиболее значимым событием в своем сегменте. Такое тематическое разделение позволяет уделять максимальное внимание каждой конкретной целевой аудитории, наиболее полно отвечать интересам всех групп профессионалов индустрии HoReCa. В выставке принимают участие все отраслевые лидеры и значимые игроки рынка.

В 2019 г. организаторы — сотрудники компании «ПИР Экспо» — выбрали для своего проекта новый девиз: «Без границ». Таков, по их мнению, общий тренд отрасли гостеприимства.

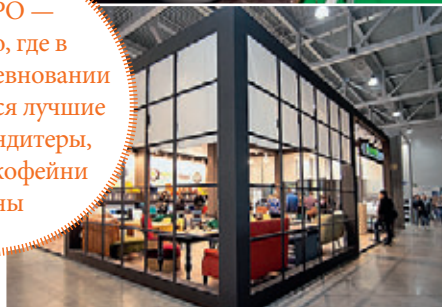
«Мы открываем границы возможно с выставкой “ПИР — Отель”. Стираем границы форматов на выставке “ПИР — Ресторан”. Нарушаем границы привычного с “ПИР — Кофе”. Расширяем границы присутствия с “ПИР — Франчайзинг”», — говорят организаторы. «Без границ — это значит без шаблонов и рамок. Это поиск своего пути и своего успеха. Окунитесь в мир PIR EXPO, найдите свое вдохновение, сотрите границы, мешающие развитию вашего бизнеса», — призвали они потенциальных участников и гостей мероприятия.

XXII международная выставка для профессионалов ресторанного бизнеса «ПИР — Ресторан» объединит всех игроков рынка: рестораторов и управляющих, шеф-поваров и кондитеров, лучших российских и международных экспертов, а также производителей и поставщиков товаров и услуг для ресторанов.

«ПИР — Ресторан» — это главная выставка ресторанной индустрии России и стран СНГ. В 2018 г. ее посетили больше 25 тыс. гостей.

В 2019 г. тема выставки — «Без границ. Стираем границы форматов», и это действительно соответствует основной линии развития современного ресторанного бизнеса во всем мире.

PIR EXPO — это место, где в честном соревновании определяются лучшие повара, кондитеры, бариста и кофейни страны



Успех ресторана зависит от способности выйти за привычные рамки и ограничения. Так, повара смешивают разные кухни, чтобы получить новые вкусовые и визуальные ощущения. Бизнесмены стирают границы форматов. Сегодня успех сопутствует тем, кто не боится выйти за границы, экспериментировать и создавать что-то новое.

На выставке «ПИР — Ресторан» будет представлено около 200 инновационных решений и новинок оборудования, продуктов питания и напитков; будут развернуты специальные экспозиции — маркет стартапов, Digital Hub, кондитерский маркет, все для пиццы, а также будут сделаны уникальные ценовые предложения, действующие только во время выставки.

В этом году впервые в рамках PIR EXPO пройдет шоу кондитеров Moscow Cake Show — первая профессиональная площадка для кондитерского сообщества в России. Ожидается 48 мастер-классов и семинаров от мировых лидеров, здесь соберутся более 5 тыс. кондитеров и пекарей со всей страны.

Также на выставке состоится финал Чемпионата России по пицце. Отборочные этапы прошли в Краснода-

Премьера 2019 г. — первая профессиональная премия новинок и инноваций для предприятий индустрии HoReCa (PIR EXPO Awards. Best New Product). Использование новинок делает бизнес успешнее, но разобраться в потоке товаров и услуг бывает непросто, поэтому эксперты проанализируют и выберут то, что на самом деле является самым новым, актуальным и полезным.

ре, Екатеринбурге, Новосибирске и Санкт-Петербурге. Победители промежуточных туров поборются за место в национальной сборной, которая отправится на Чемпионат мира по пицце в Парму (Италия) в 2020 г.

Темы выставки «ПИР — Ресторан» поистине безграничны — от продуктов питания и напитков до посуды, мебели, униформы, профессионального кухонного оборудования и систем автоматизации и управления.

В рамках PIR EXPO состоится VIII международная выставка для профес-

PIR EXPO в цифрах*

Показатели	Всего	«Ресторан»	«Отель»	«Кофе»
Посетители	41 900	25 180	7300	9420
Компании-участники	742	462	120	160
Мероприятия	256	137	73	50
Спикеры	290	123	152	47

*2018

Выставки и рынки

«Территория идей» — центральная бизнес-площадка PIR EXPO, позволяющая подвести итоги года и узнать будущее индустрии HoReCA. Здесь проходят семинары, тренинги, бизнес-игры и другие события, которые позволяют всем участникам за короткие сроки получить максимум полезной информации.

сионалов отельного бизнеса «ПИР — Отель». Это ведущая выставка товаров и услуг для отелей, в числе гостей и участников которой девелоперы, управляющие компании, отельеры, дизайнеры, архитекторы, проектировщики, поставщики услуг. Помимо общего раздела в этом году будут представлены еще три экспозиции: «Маркет стартапов», «Биржа франшиз», «Все для декора отеля».

Общий тренд индустрии гостеприимства будущего — «Без границ», а для отелей он звучит так: «Открываем границы возможностей».

В совершенно новом ключе здесь будет представлен региональный туризм и возможности, которые он создает для отелей.


Темы выставки покрывают практически все аспекты деятельности современной гостиницы — это АСУ и IT-решения; гигиена и чистота; дизайн и проектирование; мебель, интерьер, декор; оборудование для гостиниц; оборудование для конференц-залов и мультимедиа; свет и энергосбережение; текстиль и униформа. И это далеко не полный перечень того, что будет представлено в рамках экспозиции. VII международная выставка для профессионалов индустрии кофе и чая «ПИР — Кофе» — еще один ожидаемый и уважаемый профессионалами отрасли проект.

В числе гостей и участников ключевой выставки кофейной индустрии — производители кофейного оборудования, поставщики, импортеры, инвесторы, обжарщики, бариста и работающие с кофе специалисты смежных областей. Каждый из них сможет избавиться от

устаревших установок и взглянуть на индустрию и свою роль ней в новом ключе, ведь девиз этой выставки — «Нарушаем границы привычного». Новый подход к формированию образовательной программы не оставит камня на камне от сложившихся стереотипов о кофе. Масштабная площадка Coffee Territory соберет владельцев кофейного бизнеса, фермеров, экспортеров и людей, равнодушных к кофе.

Границы будут стерты, а связи налажены.

Самая молодая экспозиция в семействе PIR EXPO — «ПИР — Франчайзинг». III международная выставка франшиз индустрии гостеприимства предложит в одном месте все франшизы —

на открытие отеля, бара, кафе, ресторана. Девиз выставки — «Расширить границы присутствия». Расширить свое присутствие на рынке можно будет на «Бирже франшиз» — здесь встречаются заинтересованные партнеры и потенциальные инвесторы по любому направлению HoReCA со всей России. 

Международный выставочный проект PIR EXPO — главное профессиональное событие в индустрии гостеприимства в России и СНГ

LESNOY
РЕСТОРАН

LESNOY —
РЕСТОРАН,
КОТОРЫЙ
ДЫШИТ!

УЛ. ЛЕСНАЯ, 20



RESTAURANTS



КРЫЛЫШКО ИЛИ НОЖКА?

Питание вне дома — традиционно один из наиболее популярных видов досуга среди европейцев.

Ресторанная индустрия Европы в течение последних лет показывает стабильный и устойчивый рост, а привычки населения и не снижающийся поток туристов обещают отрасли дальнейшее развитие.

Рынок с потенциалом

В 2016 г. эксперты оценивали рынок общественного питания Западной Европы в сумму около 427 млрд евро, к 2017 г. этот рынок вырос до 440 млрд, а в 2018 г. — уже до 450 млрд евро. Аналитики высоко оценивают потенциал этого рынка, рост которого подталкивает и высокий туристический поток. По данным Евростата, за 10 лет, с 2006 по 2016 гг., поток туристов в ЕС увеличился на 60%. Отрасль гостеприимства, куда с полным основанием можно отнести и ресторанную индустрию, является одним из главных поставщиков рабочих мест во многих странах ЕС.

Внутри самой Европы этот рынок, впрочем, неоднороден. По данным портала Statista.com, наибольшее число точек общепита приходится на Францию, где в 2016 г. официально были зарегистрированы 168,3 тыс. ресторанов, кафе и закусочных. Чуть отстает от Франции Италия (146,1 тыс. точек общественного питания), замыкают пятерку Германия (133,6 тыс.), Великобритания (83,7 тыс.) и Испания (75,6 тыс.). Интересно при этом сравнить объемы распределения потребительских расходов населения этих стран на питание вне дома. По данным того же Statista.com, больше всех тратятся испанцы — в среднем 24% потребительских расходов населения тратит на походы в бары и рестораны. В Италии этот показатель составляет 19%, в Германии — 17%, а во Франции — 16%. Разница в показателях в первую очередь связана с разным уровнем доходов в странах Южной и Центральной Европы. Но важную роль играют традиции: если немцы и французы предпочитают периодически ужинать дома с бокалом вина, то для испанцев регулярный поход по барам с закусками тапас — основной атрибут повседневного вечернего досуга (причем зайти нужно обязательно минимум в два-три бара за вечер).

Однако и в Старом Свете на смену традициям приходят новые тенденции. Несмотря на то, что основным типом торговых точек в Европе остаются классические рестораны, ключевым сегментом отрасли сейчас является фастфуд. Самым крупным брендом

На долю Европы приходится около 20% общемирового рынка общественного питания



White Rabbit



Twins Garden

этого сегмента рынка, безусловно, остается McDonalds, конкуренцию ему составляют такие глобальные транснациональные сети, как Subway, Burger King и KFC. Роль этой части рынка продолжает расти под влиянием запроса новых поколений. Миллениалы и представители так называемого поколения Z уже диктуют новые правила.

Рестораны-призраки и фастфуд

Здоровый фастфуд — одна из главных тенденций европейского рынка общественного питания. Запрос на веганское и вегетарианское меню растет в Европе наиболее активно. Другой стороной этого тренда можно назвать «продуманное питание»: потребители теперь хотят знать, что именно они едят, сколько калорий в том или ином блюде, какое содержание соли, сахара, жиров. В последние годы появился также запрос на особое питание: безглютеновые или безлактозные блюда все чаще можно встретить в меню даже среднестатистических ресторанов и кафе. Персонализация в сфере общепита — это тоже своего рода общемировой тренд, позаимствованный из фастфуда. «Блюда-конструкторы» позволяют клиенту самостоятельно

Два российских ресторана вошли в двадцатку лучших в рейтинге World's 50 Best Restaurants 2019. Церемония награждения прошла в Сингапуре. Московские рестораны White Rabbit и Twins Garden заняли 13-ю и 19-ю строчки в списке лучших. Список составляется журналом The Restaurant с 2002 г., он основывается на мнениях более чем 800 поваров, рестораторов и критиков из разных стран.

контролировать их объем, состав и стоимость.

Эксперты отмечают, что, несмотря на общий рост продаж, число посетителей в традиционных стационарных кафе и ресторанах снижается. Причина этого в привычках более молодого населения брать еду с собой или заказывать доставку на дом. Эта общемировая тенденция активно развивается и в Европе, где в последние годы можно наблюдать бум мобильных стартапов, занимающиеся доставкой еды. Эксперты полагают, что в ближайшие годы этот тренд породит новое явление — рестораны-призраки, существующие только онлайн.

Выставки и рынки

Лучшие рестораны мира в 2019 г.

1.	Mirazur	Ментона, Франция
2.	Noma	Копенгаген, Дания
3.	Asador Etxebarri	Ашпе-Ачондо, Испания
4.	Gaggan	Бангкок, Таиланд
5.	Geranium	Копенгаген, Дания
6.	Central	Лима, Перу
7.	Mugaritz	Сан-Себастьян, Испания
8.	Arpege	Париж, Франция
9.	Disfrutar	Барселона, Испания
10.	Maido	Лима, Перу



В 2018 г. рынок общественного питания в Западной Европе оценивался в 450 млрд евро

Наиболее тяжелым испытанием для начинающего европейского ресторатора может стать бюрократия, удивляющая наших соотечественников, привыкших решать проблемы онлайн через сайт госуслуг. Количество лицензий и справок в каждой европейской стране отличается, но выглядит одинаково бесконечным. Так, во Фран-

ции существует несколько типов лицензий на алкоголь в зависимости от крепости. Кроме того, во Франции придется согласовать часы работы заведения с префектурой округа и полицией. Кроме стандартных и для России лицензий и санитарно-гигиенических норм, в странах Европы придется покупать отдельную лицензию национального авторского агентства (во Франции это SACEM, в Германии — GEMA, в Испании — SGAE), чтобы иметь возможность включить в заведении музыку или радио. В Испании подобные лицензии нужно покупать в том числе и для специальных мероприятий, таких как свадьбы. Цена лицензии для одного мероприятия до 100 человек стоит около 150 евро. Годовой взнос в зависимости от объема бизнеса (это требование существует не только для ресторанов, но и для торговых сетей и прочих организаций) колеблется от 600 евро до 25,5 тыс. евро.

Открытие ресторана подразумевает определенную форму ведения бизнеса и практически везде это общество с ограниченной ответственностью (ООО). В Германии минимальный объем капитала для открытия ООО составляет около 25 тыс. евро, в Испании эта цифра в разы меньше, лишь 3 тыс. евро. Инвестиций потребует и персонал. Хотя не всегда в этой сфере требуется определенный уровень образования, тем не менее зарплаты персонала, страховка и налоги регулируются тарифами и не могут быть ниже определенной суммы.

Как и в любом бизнесе, в ресторанной индустрии множество подводных камней, поэтому мало кто берется за дело в одиночку и чаще всего вооружается помощью местных юридических компаний, оказывающих услуги иностранным инвесторам.

Наталья ПОПОВА

Ресторан в Европе

Однако пока новые тренды в Европе еще не взяли верх над традициями. Так, в Испании, которую эксперты считают одной из главных точек притяжения этой отрасли, в 2018 г. объем ресторанного рынка вырос на 3,5%. В рейтинге лучших ресторанов мира The World's 50 Best Restaurants, отметившем в этом году два российских заведения, первые строчки все еще занимают европейские заведения. Ресторанный бизнес в Европе остается одним из наиболее прибыльных и привлекательных, однако и одним из наиболее сложных.

Дело не только в высокой конкуренции. Открытие ресторана в любой стране мира — сложновыполнимый квест, еще сложнее он становится в чужой стране с незнакомыми законами, правилами и привычками. Типичный чек-лист ресторатора, готовящегося открыть новое заведение, включает выбор локации, меню, составление бизнес-плана, но так же

важно учитывать и менее очевидные вещи, такие как особенности менталитета местного населения.

Например, в Германии, и особенно в Берлине, интерес к национальным кухням — характерная черта «мульти-культу» населения. Заведения азиатской, арабской, индийской или африканской кухни здесь пользуются довольно большим успехом. Так, турецкий фастфуд — дёнер-кебаб (или шаурма) — уже давно стал «национальным блюдом» немецкой столицы, которое должен попробовать любой уважающий себя турист. А в разрекламированный когда-то киоск «Мустафы» (Mustafa's Gemüse Kebap) вечерами стоит пугающе длинная очередь. Однако точно такие же дёнеры в Мадриде игнорируются как местными жителями (любовь испанцев к национальной кухне не сломить ничем), так и туристами. Что уже говорить о французах, буквально влюбленных в свою кухню, ее традиции, запахи и вкусы.

ГЛЯДИ В ОБА!



С давних пор очки, монокли и лорнетки были неременным атрибутом нашей жизни, а значит — сферой приложения сил не только врачей-офтальмологов, но и предпринимателей. Сегодня оборот глобальной индустрии медицинской оптики исчисляется миллиардами долларов, и это в полной мере отражают профильные выставки.

Традиционно выставки медицинской оптики делятся на три большие части. Основное место отводится самим очкам, оправам, оптическим и контактным линзам.

Вторая часть — техническая: оптическое оборудование и оптометрические приборы, шлифовальная техника, инструменты для трехмерного измерения глаз и проведения сложнейших операций. Все это базируется на последних достижениях цифровой эпохи.

Третий по значимости раздел демонстрирует средства по уходу за очками, растворы для линз, футляры, аксессуары, приборы для предотвращения ухудшения зрения и сотни других, не менее нужных предметов.

Очки — уникальное в своем роде медицинское изделие. Их основное предназначение — коррекция зрения. Но это и предмет моды, стиля, дизайна. Очки могут неузнаваемо изменить внешность человека, создать ему новый образ. Они говорят о вкусах, амбициях, статусе, финансовом положении. Неразрывную связь моды и очковой оптики лучше всего характеризует тот факт, что две крупнейшие выставки очков проходят в столицах мировой моды — Милане и Париже.

MIDO: признанный лидер

Крупнейшей выставкой очковой оптики по традиции называют MIDO в Милане, что подтверждает и статистика: в 2019 г. 1323 экспонента, 52 тыс. кв. м площади (нетто) и 59,5 тыс. посетителей из 159 стран. В конце февраля она прошла в 49-й раз, сейчас организаторы готовятся к полувековому юбилею.

В Милан приезжают основные игроки международного рынка: производители, дистрибьюторы, врачи-офтальмологи — все, кто по роду профессиональной деятельности связан с глазами.

Впрочем, MIDO — это не только бизнес и медицина, но и яркое дизайнерское шоу. Именно здесь рождаются новые тренды, стили и модные тенденции.

По словам Джованни Виталони, президента компании-организатора Mido Srl Unipersonale, несмотря на экономическую нестабильность в мире, рекордные показатели проекта дают предпринимателям силы и решимость, наполняют их творческими идеями. Неслучайно Министерство экономического развития Италии поддерживает MIDO как важнейший

инструмент развития национальной экономики.

Инновационный характер смотра лучше всего характеризует Pavilion and Lab Academy — настоящий «инкубатор идей», собирающий профессионалов высшей категории, способных предложить подлинно инновационные продукты и перспективные концепции развития бизнеса.

Главное деловое событие — конференция Ottclub. В этом году в центре внимания были аналитические доклады Optical Monitor и MIDO Outlook (анализ глобального рынка) и SILMO survey (итоги опроса потребителей при покупке и использовании очков в Китае, России, США и Японии).

В рамках церемонии награждения салонов очковой оптики премией Bestore (на конкурс поступили заявки из 35 стран) в номинации Bestore Design за лучшую планировку, дизайн и обстановку магазина победила аргентинская компания Infinit Eyewear Shop. В номинации Bestore Innovation за новые способы ведения бизнеса приз получила английская фирма Kite Shoreditch.

Стиль, мода, новации

Ежегодно в сентябре в столице Франции проходит международная выставка SILMO. Владелец бренда — одноименная ассоциация французских производителей оптики и очков. Оператор — Comexposium.

Устроители уверены, что могут на равных конкурировать с MIDO, и этому есть все основания, показатели SILMO-2018 говорят сами за себя: 965 экспонентов, включая 77% иностранных, 230 новых участников, 37,3 тыс. профессиональных посетителей и 80 тыс. кв. м площади (брутто). В этом году SILMO намечена на 27–30 сентября.

По образному выражению директора SILMO Эрика Ленуара, проект подобен многозвучному музыкальному инструменту, он предлагает не только конкретную продукцию для магазинов, но и специальные экспозиции, обучающие семинары и насыщенную деловую программу.

Среди самых заметных новаций 2018 г. можно выделить SILMO

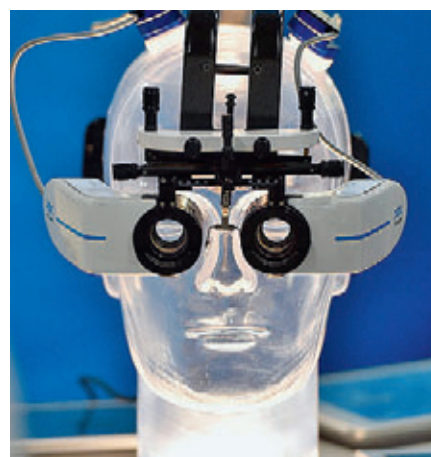
Крупнейшей выставкой очковой оптики по традиции называют MIDO в Милане. Устроители готовятся к ее полувековому юбилею



Познавательная часть SILMO включала историческую экспозицию «Два века истории очков». Региональные музеи из городов Ойонн и Морез объединили усилия для рассказа о захватывающей истории очков во Франции.

NEXT — зону презентаций новых стилей дизайна и направлений моды; Futurology — форум прогнозов и технологий завтрашнего дня с участием всемирно известных производителей и начинающих компаний; церемонию награждения премией SILMO d'Or в десяти номинациях; практическую конференцию SILMO Academy для офтальмологов; и творческое пространство Discovery Workshops, где можно было вручную изготовить оригинальные очки, обработать материалы, отремонтировать шарниры для оправ — в общем, попробовать себя в роли мастера.

Имя проекта давно стало узнаваемым брендом. Наряду с Францией, аналогичные выставки есть еще в трех странах.



Ежегодно в сентябре в Париже проходит выставка SILMO. Организаторы уверены, что могут на равных конкурировать с MIDO

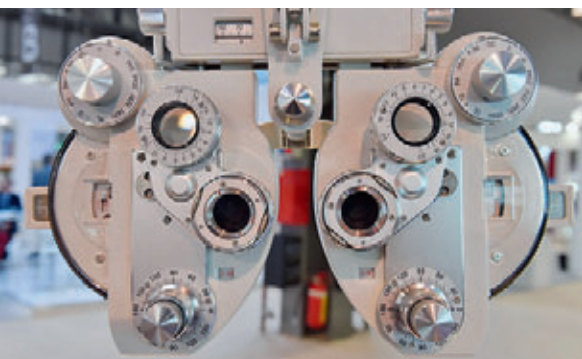


В Турции проводится SILMO Istanbul (2018 г. — 155 экспонентов и 10,8 тыс. посетителей).



Выставки и рынки

Специализированные выставки очковой оптики популярны во многих странах. Перечислим некоторые национальные проекты: OPTRAFAIR в Бирмингеме (2019 г.: 130 экспонентов), ExpoOptica в Магриде (2018 г.: 159), ОРТУСА в Познани (2018 г.: 155), ОРТА в Брно (2019 г.: 77), Dubai Optical Show Vision-X (2018 г.: 83).



В июне 2019 г. в Бангкоке состоялась премьера SILMO Bangkok. Результат достаточно скромный: около 100 экспонентов и 4 тыс. посетителей, но планы устроителей наполеоновские. Таиланд считается второй по величине производственной базой и экспортером оптических линз после Китая.

Аналогичная премьера год назад порадовала Сидней, однако, судя по всему, не совсем удачно: статистика SILMO Sydney до сих пор не опубликована, зато известно, что выставка этого года перенесена на неопределенный срок.

В США самым авторитетным событием в области офтальмологии и очковой оптики считается ежегодный конгресс Американской академии офтальмологии



Недавно в «семье SILMO» появился еще один «приемный ребенок» — шоу Copenhagen Specs, запущенное одноименной компанией в 2014 г. в столице Дании. Цель устроителей — собрать авторские разработки независимых дизайнеров и мастеров, способных предложить очки действительно необычные, оригинальные, непохожие на массовую продукцию. В 2018 г. подобную концепцию оценили 77 экспонентов и 1076 гостей.

Среди других профильных выставок в Европе стоит выделить проект Opti в Мюнхене. Организатор — GHM

Gesellschaft für Handwerksmessen mbH. Начав девять лет назад с 395 участников, в нынешнем январе она собрала 631 экспонента из 38 стран и 28,3 тыс. гостей (данные аудита).

Основная экспозиция с очками и оправами занимала три зала. В двух других находились приборы, диагностическое оборудование, аксессуары, сырье и материалы. Экспозицию дополняли разработчики программного обеспечения, маркетинговые агентства и консультанты по вопросам управления.

США: наука, шоу, роскошь

В США самым авторитетным событием в области офтальмологии и очковой оптики считается ежегодный конгресс Американской академии офтальмологии. Десятки медицинских конференций и семинаров сопровождается экспозиция, которая сама по себе является большой профессиональной выставкой — в 2018 г. в ней приняли участие 546 компаний.

Более традиционный характер носят выставки компании Reed Exhibitions: Vision Expo West состоится в сентябре 2019 г. в Лас-Вегасе, Vision Expo East — в марте 2020 г. в Нью-Йорке. В каждой выставке участвуют порядка 700 экспонентов, преимущественно американских, и около 3,5 тыс. гостей. Конгресс офтальмологов здесь успешно сочетается с образовательными курсами (300 часов обучения по 23 специальностям), презентациями роскошных брендов, новациями в сфере моды и дизайна и, конечно же, с обширной экспозицией всех видов контактных линз, оправ, оборудования и инструментов. К слову, посещение Vision Expo — удовольствие не из дешевых: при предварительной продаже за вход возьмут 75 долларов, на месте — 150.

В США есть еще одна отраслевая ассоциация, деятельность которой косвенно связана с очковой оптикой. Речь идет о международном обществе оптики и фотоники SPIE с штаб-квартирой в Беллингхеме, штат Вашингтон. Ежегодно SPIE организует и спонсирует около 25 крупных технических форумов и образовательных программ. Главное событие в календаре SPIE — одноименный международный конгресс и выставка. В этом году их принимал Сан-Франциско (1250 экспонентов и 20 тыс. посетителей). Из четырех раз-

делов экспозиции лишь один, ViOS Expo, посвященный биомедицинской оптике и биофотонике, в какой-то степени связан с очковой оптикой.

Китай догоняет

Говоря о глобальном рынке очков, специалисты отмечают, что на нем доминируют бренды западных производителей. Китай, несмотря на титанические усилия, пока не добился заметных успехов. Разумеется, китайцы делают все возможное, чтобы изменить такое положение, в том числе и на своих выставках.

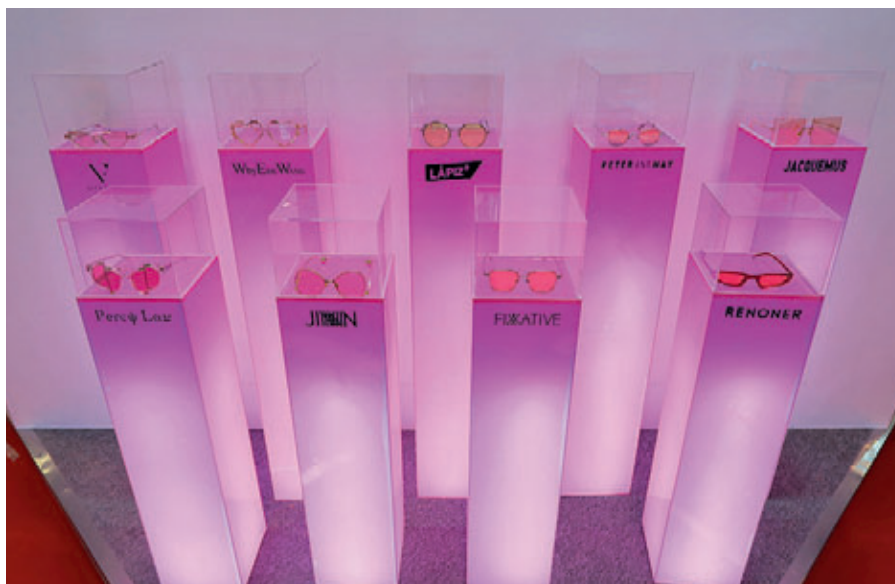
Каждый год в Китае проходят две крупные отраслевые выставки, которые готовят Китайская оптометрическая и оптическая ассоциация и фирма Orient International Exhibition: в феврале — SIOF в Шанхае, в сентябре — CIOF в Пекине.

В этом году Шанхайская международная оптическая ярмарка SIOF побила собственные рекорды: 942 экспонента, в том числе 281 зарубежная компания из 22 стран. Зарегистрировано 85,3 тыс. посетителей. Экспозиция располагалась в четырех павильонах на общей площади свыше 80 тыс. кв. м, при этом в трех залах находились китайские предприятия, и лишь в одном — зарубежные.

Иностранцы могли воспользоваться услугами специального центра закупок Procurement Zone. В то же время для демонстрации лучших очков китайского производства были созданы две национальные экспозиции Boutique Gallery и Fashion Designers' Masterpieces Exhibition Hall.

Пекинская оптическая ярмарка CIOF в 2018 г. немногим уступила шанхайской: 801 экспонент, включая более 190 иностранных из 21 страны. Общая площадь экспозиции — 55 тыс. кв. м. Здесь также был центр закупок Procurement Zone. «Визитная карточка» CIOF — раздел Specific Area for Machinery and Equipments, созданный с целью демонстрации новейших образцов оборудования для оптических исследований и производства очков.

Схожая по масштабам выставка Hong Kong International Optical Fair имеется



в Гонконге. Организатор — местный совет по развитию торговли HKTDC. Статистика 2018 г. подтверждена данными аудита: 773 экспонента, включая 621 иностранную фирму и 16,8 тыс. посетителей. Ключевым здесь считается раздел IT Solutions & Shop Fittings, предлагающий цифровые и информационные инновации, включая методы 3D-печати очков. Важнейшая часть проекта — Гонконгская оптометрическая конференция, в прошлом году она привлекла более тысячи специалистов.



Китай, несмотря на титанические усилия, пока не добился заметных успехов на мировом рынке очковой оптики

Для демонстрации лучших очков китайского производства были созданы две национальные экспозиции



В соседней Корее профильная выставка DIOPS в городе Тэгу втрое меньше китайских (2019 г. — 220 экспонентов и 13 тыс. посетителей).

Немного больше японская международная оптическая ярмарка IOFT в Токио. В октябре 2018 г. в ней приняли участие около 390 экспонентов и 15 тыс. гостей. Тематически было выделено пять выставочных зон: Fukui Zone (сделано в префектуре Фукуи и в целом в Японии), Designers Zone (авторские очки), Luxury Zone (все виды роскошных очков, включая использование платины, золота и драгоценностей), IOFT Boutique (авангард и высокий стиль), General Zone (аксессуары, линзы, оправы, оборудование). В рамках церемонии вручения премии

Japan Eyewear Award были названы победители в пяти номинациях: очки мужские, женские, детские и солнцезащитные, плюс технологии и оборудование.

Вряд ли найдется какой-то иной предмет личного обихода, который столь ярко и наглядно превращает наши недостатки (дефекты зрения) в преимущества (элегантный и стильный образ). Неслучайно даже контактные линзы не смогли вытеснить очки, и целая индустрия выпускает очки немедицинского назначения, к примеру солнцезащитные. Судя по всему, ни самой отрасли, ни профильным выставкам в ближайшей перспективе ничего не угрожает.

Александр БЕЛЯНОВСКИЙ



МІОФ: ТОЧНЫЙ ВЗГЛЯД НА ОПТИКУ

В последние 30 лет в нашей стране появлялось немало выставок, связанных с темой очковой оптики, однако в ходе естественного отбора остался лишь один ведущий проект, признанный таковым как в России, так и за ее пределами. Речь о Московской международной оптической выставке МІОФ.

Сегодня МІОФ, которую «Крокус Экспо» проводит на своей площадке, считается если не единственным, то уж точно самым эффективным инструментом продвижения мировых новаций медицинской оптики на российский рынок. Именно здесь дважды в год, весной и осенью, встречаются дистрибьюторы основных международных брендов с представителями оптовой и розничной торговли.

Как и на аналогичных смотрах за рубежом, экспозиция охватывает все направления очковой оптики: моду (последние коллекции оправ и солнцезащитных очков), очковые и контактные линзы, средства для ухода за оптикой, приборы, оборудование и программное обеспечение для магазинов, различные аксессуары, специализированные издания и пр.

Мероприятие носит формат b2b, то есть предназначено только для профессионалов. Возможности розничной торговли полностью исключены — для этого сюда даже идти не стоит. Только таким решением удалось обеспечить высокое качество посетителей-специалистов и, соответственно, высокую эффективность их работы: по данным опроса, 87% гостей МІОФ принимают

решение о закупках нового ассортимента продукции для своих предприятий.

По традиции, в рамках деловых форумов МІОФ проходят десятки круглых столов, лекций, семинаров, презентаций и тренингов, интересных различным целевым группам: врачам-офтальмологам (инновации в области методов коррекции зрения и обследования пациентов), производителям (технологии изготовления очковых и контактных линз), продавцам (тенденции моды, новые коллекции оправ и очковых линз, методы увеличения продаж и управления бизнесом). В этом году в ряду других мероприятий состоится Научная конференция по проблемам детского зрения Kids Vision.

В феврале этого года на 24-й Московской международной оптической выставке «МІОФ 2019. Весна» свою продукцию показали 118 экспонентов из 16 регионов России и 10 зарубежных стран. Среди участников — крупнейшие российские производители «Аввита», «Инвеко Холдинг», «Маркизапроект», «Марколин-Рус», «Мегаполис», «Нью-Оптика», «Оптик Диас», Intermir

Group, а также дебютанты — иностранные и отечественные компании: Fedon, Grossoptic, Novalex, Oliver Wood, «Сан-Сити», «Пять Островов», «Бурма», «Опт Проект» и ряд других.

Площадь экспозиции превысила 8,6 тыс. кв. м, а количество посетителей — 3 тыс. человек.

Деловая и образовательная программа, как всегда, включала множество мероприятий. По понятным причинам, больше всего времени было уделено маркетингу в оптическом бизнесе. При этом самыми ожидаемыми событиями стали пресс-конференция французского дизайнера Каролины Абрам (владелицы бренда Caroline Abram) и лекция всемирно известного эксперта в области контактной коррекции зрения Мартина Конвея из Великобритании.

Многих МІОФ привлекает, прежде всего, как площадка Национальной премии «Золотой лорнет». Основные цели проекта, пользующегося поддержкой Министерства здравоохранения России, — содействие развитию и выявление лидеров оптической отрасли России, пропаганда сохранения зрительного здоровья. 

«МІОФ 2019. Осень» состоится с 10 по 12 сентября. Выставка предназначена только для профессионалов



«ЦВЕТЫЭКСПО» — НЕ ТОЛЬКО ПРО ЦВЕТЫ

С 10 по 12 сентября 2019 г. в МВЦ «Крокус Экспо» состоится одно из самых красочных событий московской осени — международная выставка «ЦветыЭкспо», которое уже в девятый раз проводится на этой крупнейшей выставочной площадке страны.

Выставка «ЦветыЭкспо» по праву заслужила статус главного события года для представителей российского и мирового рынка цветов и растений. А МВЦ «Крокус Экспо», будучи лидером выставочного бизнеса, активно содействует ее дальнейшему развитию.

Россия с ее огромными просторами и климатическими условиями многих регионов, где нерентабельно производство собственной цветочно-декоративной продукции, по-прежнему остается крупнейшим потребителем и импортером цветов. Эксперты включают ее в шестерку стран-лидеров по импорту срезанных цветов после США, Германии, Нидерландов, Великобритании, Франции. А реальная емкость российского цветочного рынка продолжает оцениваться аналитиками в 40 млрд долл.

В проекте 2019 г. вновь участвуют представители всех основных стран — производителей цветов. Более 400 компаний показывают здесь все самое лучшее — цветы, срезанные и горшечные, продукцию питомников, семена и посадочный материал, технику и оборудование, последние тренды селекции, флористики и дизайна.

В этом году выставка вновь расширяет свою географию. В списке участников около 30 стран. Национальные

экспозиции представляют мировые лидеры: Голландия, Германия, Колумбия, Эквадор.

В этом году опять значительно увеличилось и число российских участников, что подтверждает дальнейшее укрепление и развитие рынка цветов. Свою продукцию представят производители из 35 регионов России — крупнейшие тепличные комбинаты, питомники, семенные компании, разработчики IT-технологий, поставщики удобрений и грунтов, товаров для флористики и ландшафта.

Выставка «ЦветыЭкспо», предоставляя участникам и посетителям непосредственный контакт с товаром, что особенно важно для продукции этого сегмента, служит прекрасной площадкой для изучения конкурентной среды и потребительских предпочтений на этом рынке.

Деловой портрет выставки — это презентации, конференции, семинары, круглые столы, мастер-классы, рассчитанные на широкий круг профессионалов. К обсуждению запланированы такие темы, как «Российский цветочный рынок. Оценка экспертов», «Новинки и инновации в питомниководстве», «Как

развивать садовый центр для успешного будущего», «Новинки мировой селекции цветочных культур» и другие важные для отрасли вопросы.

И, конечно, выставка цветов не может обойтись без флористики. На 3 дня залы первого павильона «Крокус Экспо» превратятся в настоящую флористическую Мекку. Важнейшим событием станет Открытый чемпионат России по флористике Russian Florist Cup'2019, организованный Национальной гильдией флористов.

Мастерство флористики будет продемонстрировано на шоу-показах и в выступлениях лучших российских и зарубежных флористов из Голландии, Германии, Италии, Испании и других стран.

Организатор выставки — компания «ГринЭкспо» — готовится к приему многочисленной армии специалистов из всех федеральных округов, больших и малых городов России. Для них, влюбленных в свое дело и заинтересованных в деловых отношениях людей, выставка «ЦветыЭкспо» — это успешная площадка развития бизнеса, делового и дружеского профессионального общения, важнейший деловой форум.

Выставка «ЦветыЭкспо» — это ориентированный на Россию срез мирового рынка цветов и растений



ЯРКО ПО-МЕКСИКАНСКИ

Авангардный дизайн и первоклассный сервис — именно так характеризуют главный конвент-центр мексиканской столицы Centro Citibanamex. За пределами страны его знают как выставочную площадку мирового уровня, а в самой Мексике — как часть куда большего мегакомплекса Las Americas.



Las Americas — это рестораны, ипподром (достопримечательность города с 1943 г.), детский тематический парк Granja Las Americas, игровые залы Sports Book и Royal Yak. Мексиканцы правы, когда утверждают, что в их столице имеется единственный в мире выставочный центр с ипподромом и луна-парком.

По историческим меркам конвент-центр был построен совсем недавно — в 2002 г. Автор проекта — канадский архитектор Майкл Эдмондс. Для мероприятий используются экспозиционные залы, конференц-комнаты и входные зоны общей площадью почти 41 тыс. кв. м.

Управляющая компания REMEX отвечает за все, что делается на площадке: решает технические и строительные задачи, обеспечивает логистику, кейтеринг, общественное питание и сервисное обслуживание. Судя по всему, это ей удастся. Государственные секретариаты туризма и здравоохранения Мексики (федераль-

ные министерства) присвоили Centro Citibanamex статус «Н», подтверждающий высший стандарт качества услуг и полное соответствие гигиеническим требованиям.

В непосредственной близости от комплекса находятся 10 комфортабельных гостиниц. Добраться до него можно из любой точки города благодаря новой сети автомобильных дорог. Путь от международного аэропорта Мехико им. Бенито Хуареса занимает не более 45 минут.

Для проведения выставок используют четыре павильона высотой 12 м, совокупная площадь которых составляет 34,3 тыс. кв. м. Залы оборудованы автономными системами освещения, электроснабжения, вентиляции, кондиционирования, гидравлическими рампами, погрузочными платформами и иными техническими средствами. Разумеется, обеспечены и все виды современных телекоммуникаций, включая доступ к широкополосному интернету.

Для проведения выставок используют четыре павильона высотой 12 м, совокупная площадь которых составляет 34,3 тыс. кв. м

Благодаря технической оснащенности и возможности гибко менять конфигурацию помещений, здесь проходят мероприятия самого разного масштаба, от промышленных выставок до свадебных торжеств.

В своих презентациях мексиканцы используют нетрадиционный для нас статистический показатель «booth» (минимальный стенд площадью 3x3 м). Подсчитано, что в течение года экспоненты арендуют около 700 тыс. таких блоков, или, говоря иначе, 6,3 млн кв. м.

Отдельного упоминания заслуживает конгресс-зал Palacio de Valparaíso площадью почти 3 тыс. кв. м. Отсутствие колонн и высота 7,5 м позволяют свободно менять структуру внутреннего пространства, благодаря чему именно здесь проводят большую часть конференций, презентаций, приемов и торжественных ужинов. Максимальная вместимость зала при театральной рассадке — 3,9 тыс. человек.

В целом комплекс имеет 25 конференц-комнат разной площади и большой атриум с панорамными окнами,



Мексиканцы очень любят статистику, в том числе — необычную. Так, подсчитано, что в течение года в конвент-центре выпивают 667,5 тыс. банок содовой и съедают 23 т курицы, а однажды только за один день было подано 14 тыс. банкетных блюд. В течение 17 лет работы персонал разложил свыше 8,6 млн столовых приборов, с помощью которых можно обслужить весь Нью-Йорк.



Выставочные и конгрессные центры



Мехико — столица независимой Мексики с 1821 г., главный политический, экономический и культурный центр страны. Мехико был основан в 1521 г. на месте разрушенного испанскими завоевателями древнего города ацтеков. Население — 9 млн человек (агломерация Мехико — 22 млн). Это крупнейший испаноязычный город мира. Основой общественного транспорта в Мехико является метрополитен, самый протяженный в Латинской Америке. Также здесь существует новый вид общественного транспорта — метробус, скоростной сочлененный автобус, курсирующий по специально выделенным полосам.



который активно используют для коктейлей и кофе-брейков.

Разумеется, есть здесь и бизнес-центр, оборудованный по последнему слову техники: беспроводной интернет, принтеры, факс, телефоны, видеосвязь. Гости могут отдохнуть в особой зоне с баром и мягкой мебелью, а при необходимости — обратиться к переводчику, секретарю или офис-менеджеру, свободно владеющему, помимо испанского, английским языком.

В соответствии с новейшими глобальными трендами не забыты и требования «зеленой экономики»: специальные панорамные окна снижают потребление энергии, вся использованная вода поступает на очистку для вторичного использования, пластиковые материалы рекламных и выставочных конструкций перерабатываются для изготовления хозяйственных товаров, к примеру фартуков для кухонного персонала. Как следствие, комплекс имеет «серебряный» экологический сертификат Earthcheck.

И еще один немаловажный факт: ежегодно, начиная с первого года полной загрузки в 2003 г., комплекс получает приз журнала *Destinos & Convenciones* как «Лучший конвент-центр Мексики» (единственное исключение было в 2005 г.).

В 2019 г. Centro Citibanamex должен принять 44 выставки и конгресса, а с учетом всех иных событий, от конференций до детских праздников, — до 800 мероприятий с участием 2 млн гостей.

Традиционно здесь проводят выставки самых разных направлений, как национального, так и международного масштаба. В большинстве случаев они охватывают трансграничный рынок Мексики и стран Центральной Америки.

Согласно статистике, крупнейшим событием на площадке до сих пор считается XVII Международный конгресс по СПИДу, состоявшийся в 2008 г. (24 тыс. делегатов). Рекорд по наплыву посетителей удерживает выставка *Expo Beauty Show 2012* — тогда

Ежегодно комплекс получает приз журнала *Destinos & Convenciones* как «Лучший конвент-центр Мексики»



Пластиковые материалы рекламных и выставочных конструкций перерабатываются для изготовления хозяйственных товаров, к примеру фартуков для кухонного персонала

— AHR EXPO Mexico, международная выставка кондиционирования, вентиляции и холодильной техники (2018: 414 и 9,8 тыс.);

— Food Technology Summit & Expo, мексиканский смотр пищевой промышленности (2018: 350 и 16,3 тыс.);

— Expo Seguridad Mexico, специализированная выставка индустрии безопасности (2018: 328 и 16,3 тыс.);

— Cargo Week Americas, форум индустрии грузоперевозок, транспорта, логистики и внешнеэкономической деятельности (2019: 218 и 17 тыс.);

— Magna, национальная выставка мебели и предметов интерьера (2018: 166 и 8,1 тыс.).

Владельцы комплекса сделали все возможное, чтобы гости чувствовали себя как дома. Многочисленные кафе, рестораны и заведения фастфуда никого не оставят голодным.

С технической стороны дела также все в порядке. В специальном офисе можно подключиться через смартфон или ноутбук к беспроводному интернету, а в сервисном центре — распечатать, скопировать и переплести нужные документы, выслать факс и воспользоваться мощным компьютером, оснащенный не только офисными, но и специальными дизайнерскими программами.

Рядом находятся банкоматы, зоны регистрации, диспетчерская такси, магазин канцелярских и офисных товаров, медицинский кабинет и служба бесплатного предоставления инвалидных кресел.

Алексей ДОБРОВИЦКИЙ

на поле ипподрома были припаркованы 400 пассажирских автобусов.

Самый крупный проект на территории комплекса посвящен металлургии, металлообработке, сварке и защите поверхности. Он объединил четыре отраслевые выставки: FABTECH, Weldmex, Metalform Mexico и Coatech Mexico (в 2018 г. — 547 экспонентов и 11,7 тыс. посетителей).

Немного меньше выставка INA PAACE Automechanika, представляющая товары для ремонта и обслуживания автомобилей (2018 г. — 504 участника и 29,7 тыс. специалистов).

Широко известен Латиноамериканский Форум индустрии встреч ibtm Americas, в основном благодаря серии образовательных конференций, таких как Event Marketing Congress, Pharma Congress, Sport Marketing Forum и пр. (2019 г. — 385 экспонентов и около 3,5 тыс. гостей).

Особого упоминания заслуживает выставка Expo Beauty Show. Устроители из Reed Exhibitions говорят о крупнейшем в Латинской Америке шоу индустрии красоты, однако ничего не пишут о количестве экспонентов. На сайте проекта есть лишь информация о 3 тыс. брендов, общей площади (брутто) 34 тыс. кв. м и 800 стендах («booths», что в Мексике, как уже отмечалось, означает площадь 3x3 м). При таких данных число экспонентов может варьироваться в самом широком диапазоне, от 200 до 500. Что касается посетителей, то сайт сообщает о 80 тыс. гостей.

Среди других проектов нужно выделить следующие мероприятия (в скобках указаны год проведения, количество экспонентов и посетителей):

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 гелак-туры
Экскурсионный и пляжный отдых
Доставка туров

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

ИМПЕРИЯ НЕ СДАЕТСЯ



Йоханнесбург — крупнейший экономический и финансовый центр ЮАР. Население агломерации города превышает 8 млн человек. Город был основан в 1886 г. как поселение золотоискателей.

В конце XIX и начале XX вв. Всемирные выставки стали традиционной частью мирового культурного ландшафта. В 1936 г. это движение дошло до Африканского континента, на котором в Йоханнесбурге (ЮАР) впервые была организована Всемирная выставка.



К середине 30-х гг. прошлого века было проведено уже более 70 Всемирных выставок — на всех континентах, кроме Африки. Между тем в начале XX в. она стала активно вливаться в мировую экономику благодаря обилию природных ресурсов, которые интенсивно разрабатывали компании из метрополий. Большая часть территории Африки имела тогда колониальный статус и была поделена между ведущими европейскими государствами.

К наиболее развитым районам континента относилась его южная часть, где располагался доминион Великобритании под названием Южно-Африканский Союз. Он был образован в 1910 г. путем объединения 4-х британских колоний. В первые 25 лет своего существования Союз продемонстрировал весьма высокие показатели экономического развития. Существенно увеличилось произ-

водство сельскохозяйственной продукции, заметно выросла добыча природных ископаемых. Экспорт из региона только фруктов за 25 лет увеличился по стоимости в 150 раз. Активно развивалась промышленность. В британском экспорте оборудования Союз занял второе место после Индии, став крупным его потребителем. Население Союза увеличилось за 25 лет более чем в полтора раза.

Самым большим городом страны стал Йоханнесбург, выросший благодаря открытию в его окрестностях в конце XIX в. месторождений золота. В 1936 г. городу исполнялось 50 лет. В этой связи городской совет выступил с инициативой проведения в Йоханнесбурге юбилейных мероприятий. Эту инициативу поддержал Большой совет Британской федерации промышленности, который принял резолюцию об организации в Йо-

Имперская выставка открылась 16 сентября 1936 г. и работала до 15 января 1937 г.

ханнесбурге Всемирной выставки и в 1934 г. направил соответствующую заявку в Международное бюро выставок в Париже.

Бюро приняло заявку, однако настояло на том, чтобы выставка носила название «Имперская», что подчеркивало бы международный характер события. Решение было несколько противоречивым, поскольку всего три года назад, в 1931 г., Великобритания отказалась от слова «империя» в официальном названии государства (Британская империя) и перешла к более мягкому слову «содружество» (Британское содружество наций). Англичане, тем не менее, согласились с требованием бюро. Отчасти оно было им на руку. В предыдущие годы правительство Южно-Африканского Союза пыталось проводить независимую от метрополии политику, направленную на расширение прав местного населения. Набирала силу Национальная партия (бурская). Требование Международного бюро выставок назвать мероприятие в Йоханнесбурге «Имперской выставкой» как нельзя луч-

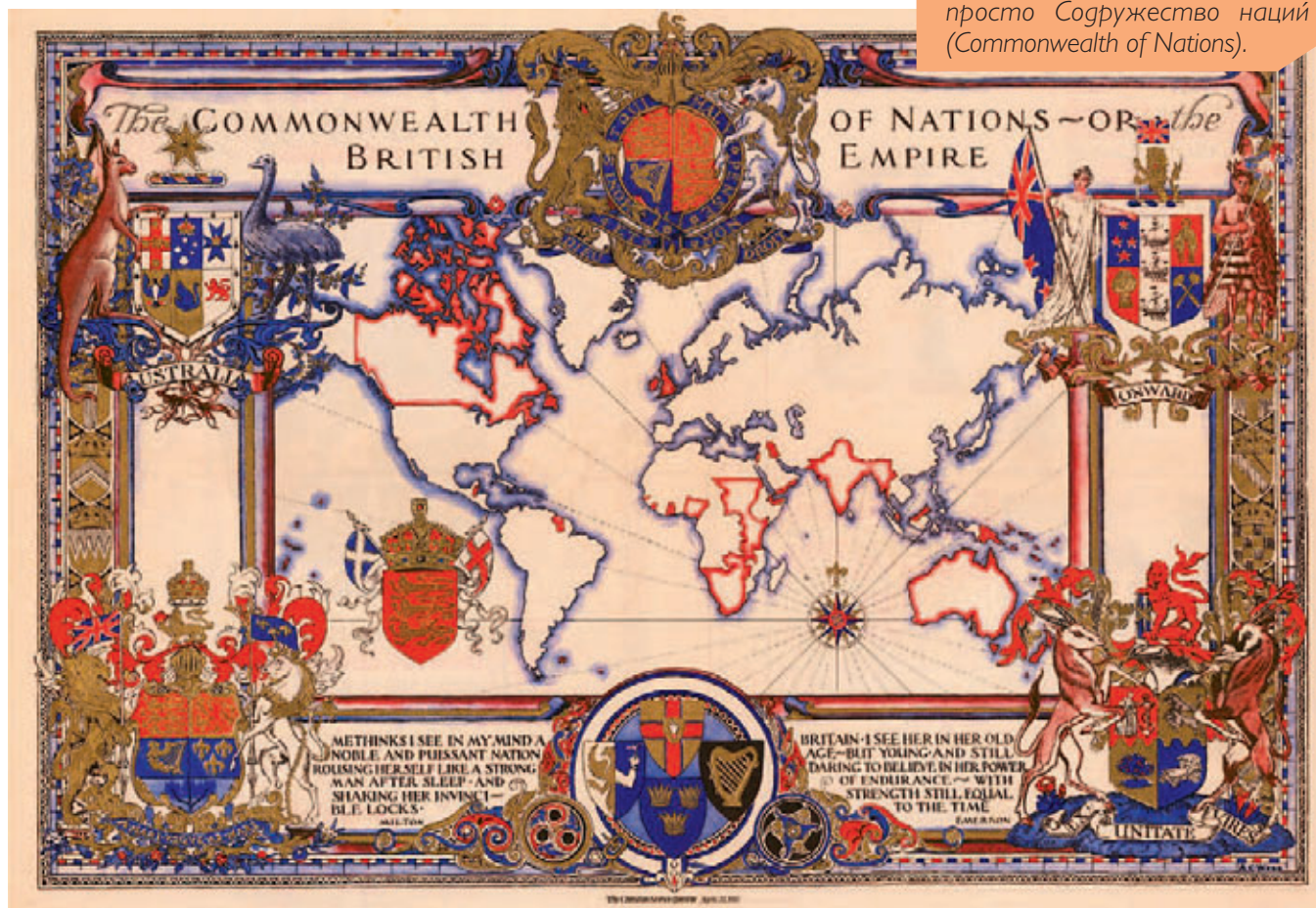
ше отвечало интересам британцев — напомнить строптивым бурам, что, несмотря на смену вывески, они были и остаются частью империи.

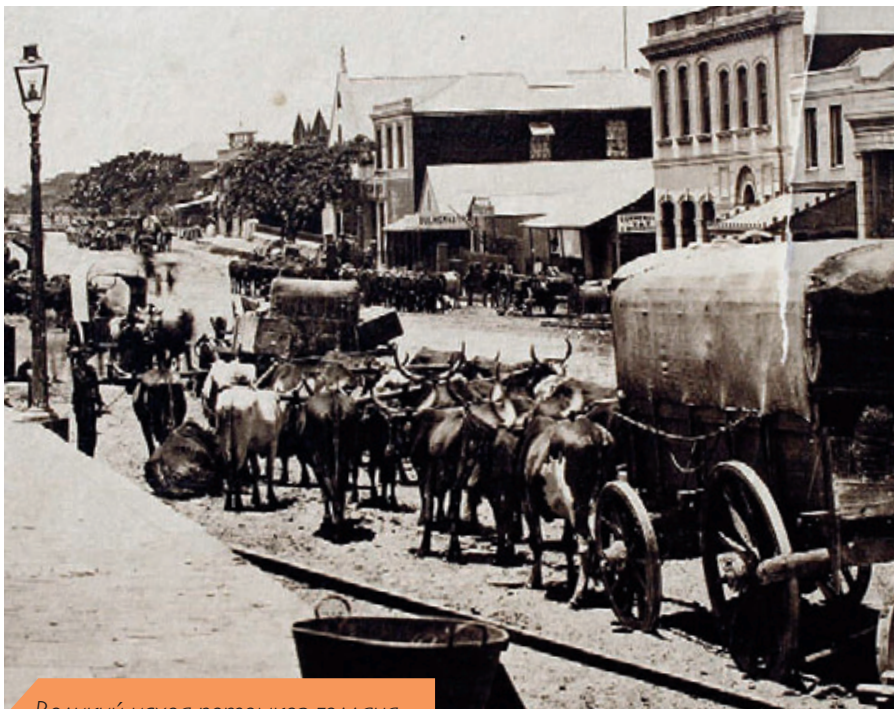
Организаторам выставки приходилось балансировать при формировании экспозиции между признанием имперского характера выставки и продвижением идеи самостоятельности Южной Африки в рамках Британского содружества наций.

Имея это в виду, организаторы сформулировали основные темы, которые необходимо было отразить в экспозиции мероприятия. Во-первых, выставка должна была дать представление об истории создания Союза и особенностях его формирования. Во-вторых, в экспозиции должны были быть продемонстрированы потенциал и перспективы Союза в главных отраслях его экономики: добывающей, промышленной, сельском хозяйстве, транспорте и связи, а также в торговле. Выставка должна была показать намерение Союза развивать дружеские экономические отношения с другими африканскими странами. В экспозиции должна была быть подчеркнута

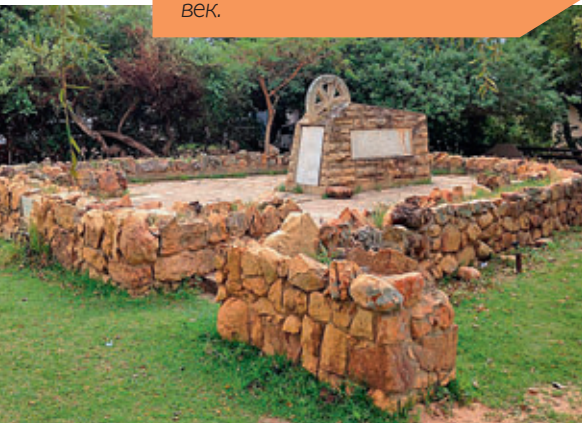


Термин *Британское содружество наций* (*British Commonwealth of Nations*) впервые появился в конце XIX в. В 1931 г. правительство Великобритании придало ему правовой статус, заменив наименование государства с названия «Британская империя» (метрополия, все колонии и доминионы) на новое название — *Британское содружество наций*, а с 1949 г. — просто *Содружество наций* (*Commonwealth of Nations*).





Великий исход потомков голландских колонистов (буров) в центральные районы Южной Африки был вызван конфликтом между англичанами и бурами. Он возник после захвата Великобританией Капской колонии Голландской Ост-Индской компании в 1795 г. В массовом переселении буров, вошедшем в историю под названием Great Trek, с 1835 по 1845 гг. участвовало более 15 тыс. человек.



важность поддержания связей с другими странами Британского содружества наций. И самое главное — проведение выставки должно быть направлено на всемирное признание Южно-Африканского Союза как равноправного партнера в развитии связей с другими странами.

Союз провел активную рекламную кампанию с тем, чтобы пригласить к участию в выставке максимальное количество стран. На этот призыв откликнулись 18 государств, в основном члены Британского содружества наций: 10 — из Африки, 2 — из Америки, 2 — из Азии, 2 — из Океании и Великобритании. Всего на выставку приехали более 500 участников, включая местные и иностранные компании.

Для строительства павильонов и организации экспозиции Городской совет выделил территорию площадью 40 га в Мильнер-парке. На этом участке возвели около 100 строений различного предназначения. Это были павильоны для экспозиций отдельных стран, 8 тематических павильонов, театральная арена, рестораны и различные развлекательные и вспомогательные строения.

Выставка была открыта 16 сентября 1936 г. и продолжалась до 15 января

1937 г. Король Великобритании прислал приветствие к ее открытию — того требовал протокол, так как мероприятие называлось «Имперской выставкой». Наряду с этим были получены приветствия от премьер-министров Великобритании и доминионов Содружества наций. Выставку открывал генерал-губернатор Южной Африки лорд Кларендон.

Главный павильон представлял промышленность Южной Африки. Кроме того, были отдельные павильоны металлургии и рудников Трансвааля — здесь гости могли осмотреть диораму рудников и золотых копий провинции длиной 62 м и высотой 2,3 м.

На центральной площади возвышалась бетонная Башня света высотой 46 м со смотровой площадкой наверху. Она была построена с использованием последних для того времени технологий сооружения высотных объектов и была видна со всех точек территории выставки.

Массовые мероприятия, театральные представления и концерты проходили в открытом театре на 12 тыс. мест. Большой популярностью у посетителей пользовался ледяной каток — абсолютная новинка, особенно для местных жителей, так как он был первым в Африке. В рамках культурной

и развлекательной программы проводились выставки живописи и фотографий, шахматные турниры, скачки и родео.

Необычным событием стал организованный Королевским аэроклубом авиаперелет на скорость из английского Портсмута в

Йоханнесбург. Его целью было придать большую известность Имперской выставке. В гонках участвовали 9 машин, которым надо было пролететь около 10 тыс. км. Участники стартовали 29 сентября. Победители перелета, пилот Чарльз Скотт и его помощник Жиль Гутри, приземлились в Йоханнесбурге на третий день, 1 октября. Они получили приз в 10 тыс. фунтов стерлингов.

Имперская выставка в Йоханнесбурге имела самый позитивный отклик в прессе. О ней писали в хвалебном тоне практически все английские и южно-африканские газеты. Между тем,

В выставке в Йоханнесбурге приняли участие 18 стран, являвшихся в то время колониями Великобритании и членами Британского содружества наций

юбилейные торжества проходили в непростой политической ситуации. Хотя до жесткого апартеида дело еще не дошло (серия сегрегационных законов, которые стали основой политики апартеида, были приняты только в конце 1940-х гг.), расизм в этой стране процветал. Первые ограничительные законы для черного населения были приняты еще в начале XX в. В 20-е гг. родилось движение местного черного населения за свои права. Была создана партия Африканский национальный конгресс, которую впоследствии возглавил Нельсон Мандела.

Гостями юбилейного события стали всего 2 млн человек. Доходов от продажи билетов не хватило на то, чтобы покрыть расходы.

В период проведения Имперской выставки Нельсону Манделе было 18 лет. Он был одним из тех, кому туда был закрыт — на Имперскую выставку не пускали местное черное население. Для 18-летнего юноши такое проявление сегрегации, очевидной несправедливости, стало еще одним унижением, которое, возможно, и определило его судьбу — бороться за права местного черного населения.

Выставку в Йоханнесбурге посетили более 2 млн человек. Это, однако, было меньше, чем ожидали организаторы, и финансовые результаты мероприятия оказались отрицательными. Выручка от продажи входных билетов не покрыла расходов на проведение выставки. Причиной, отчасти, стала расистская политика организаторов, не допускавших на выставку чернокожих, а отчасти дороговизна поездки в Южную Африку для жителей других стран. Убытки от проведения Имперской выставки взяло на себя правительство Южно-Африканского союза.

Имперская выставка, по мнению историков, не имела больших последствий в политическом и историческом отношении. Она не уменьшила антиимперских настроений в Южной Африке. Более того, ее звучание в качестве события национального значения было почти полностью оттеснено последовавшим за ней через полтора года другим событием — столетием Великого переселения буров в центральные районы Южной Африки.

Борис ПАВЛОВ





СОКРОВИЩА ВЕЛИКИХ МОГОЛОВ

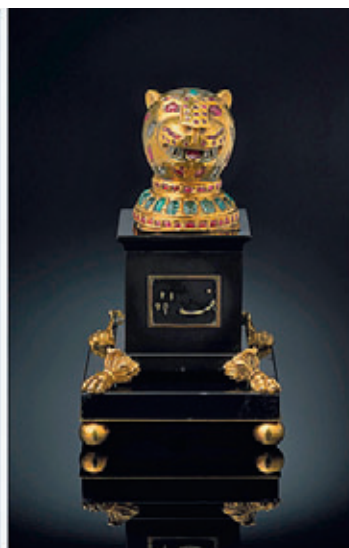
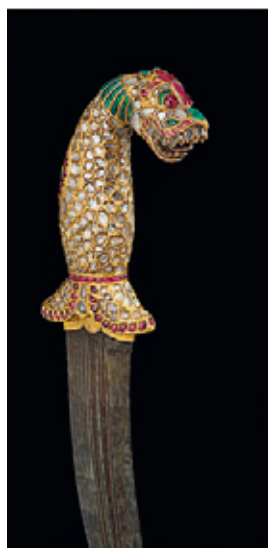
Этим летом в Нью-Йорке аукционный дом Christie's провел уникальные торги, объединенные темой Индии, под названием «Сокровища Великих Моголов и махараджей».

С молотка ушли более 400 лотов на общую сумму в 109 млн долл.

Среди выставленных на продажу предметов — гравюры, оружие, декоративные предметы быта, но в основном — украшения махараджей и правителей династии Великих Моголов: бриллианты из легендарных шахт Голконды, а также шедевры французских ювелирных домов, созданные по заказу индийской знати.

Индийским ювелирным традициям более 5 тыс. лет. Рамаяна и Махабхарата изобилуют описаниями украшений из золота, серебра, меди, слоновой кости, драгоценных и полудрагоценных камней. Труд ювелира ценился выше труда других ремесленников. Уже в III в. до н.э. Индия торговала драгоценными камнями, в особенности алмазами, а с развитием мореплавания в XVI в. стала основным поставщиком ювелирных украшений для европейских дворов.

Аль-Тани, правящая династия Катара, обладает сегодня крупнейшей в мире частной коллекцией ювелирного и прикладного искусства. Род Аль-Тани перебрался из Индии на Ближний Восток в начале XVIII в. Всего их коллекция насчитывает более 6 тыс. предметов, охватывающих период от начала нашей эры до конца XX в. В июне 2020 г. Аль-Тани планируют открыть музей The Al Thani Collection Foundation в Париже, в котором их коллекция будет представлена на постоянной основе. Для этого было принято решение продать часть предметов коллекции, относящейся к периоду существования на территории современной Индии, Пакистана и Бангладеш тимуридского государства, известного как Империя Великих Моголов, а также несколько выдающихся украшений индийских правителей



XX в. Средства от продажи пойдут на поддержание работы будущего музея.

Перед тем как попасть на аукцион, коллекция, известная под названием «Сокровища Великих Моголов и махараджей», выставлялась в лучших музеях мира. Выставки в разное время проходили в Музее Виктории и Альберта в Лондоне, Гран-Пале в Париже, Музее Метрополитен в Нью-Йорке.

Christie's с особым вниманием подошел к организации мероприятия: над аукционом работали сразу два департамента: ювелирных украшений и мирового искусства. Важность события сложно переоценить: вещи подобного уровня продавались на открытом аукционе впервые.

Подборка драгоценных камней в коллекции ярко иллюстрирует, насколько Индия богата природными ресурсами. Изумруды размером от 10 до более 200 карат поражают природной насыщенностью цвета, а бриллианты — чистотой и качеством огранки. В XVI в. близ индийской крепости Голконда было обнаружено уникальное алмазное месторождение. Купец Афанасий Никитин, первым из европейцев посетивший эти края, писал, что драгоценностей здесь столько, что даже не нужно тратить время на их поиски. После ливневых дождей старатели идут в горы и подбирают по склонам камни, вымытые из породы дождевой водой. Правду ли писал известный путешественник, неизвестно, но сохранился закон, по которому правителю Голконды принадлежали только алмазы весом более 100 (!) карат, остальное могли забирать много-



численные купцы, которые покупали право на разработку небольшого участка алмазных месторождений.

Начало XX в. прошло под знаком тесной связи индийских правителей с Британией и Европой. Махараджи, получившие от Британской империи налоговый иммунитет, быстро оценили мастерство западных ювелиров и часто заказывали свои украшения в лучших французских ювелирных домах. Самыми преданными клиентами ювелирного дома Cartier были махараджи штата Патиала Бхупиндер Сингх и его сын Ядавindra Сингх, которые заказывали у Cartier бриллиантовые кольца, браслеты, кольца, броши, эгреты и джиги (украшения для чалмы).

На вопрос, по какому принципу предметы из коллекции выбирались на продажу, куратор, доктор Амин Джаффер, пояснил, что некоторые вещи публика видела слишком много раз, они потеряли для владельцев свое очарование. Им на замену собираются купить новые предметы.

Надежда КАЛМЫЧКОВА

В июне 2020 г. правящая династия Катара Аль-Тани планирует открыть музей The Al Thani Collection Foundation в Париже, в котором их коллекция ювелирных изделий будет представлена на постоянной основе.



НОВОСТИ

Результаты торгов аукционного дома Christie's в категории «Сокровища Великих Моголов и махараджей»



Корсажная брошь с бриллиантами в стиле Belle Epoque, Cartier
1912 г., 10,6 млн долл. (предварительная оценка — 10–15 млн долл.).

Соломон Джоэл сколотил состояние на южноафриканском золоте и алмазах. Своей невесте на свадьбу он сделал роскошный подарок — брошь из своих лучших бриллиантов от ювелирного дома Cartier в стиле ар-деко. Грушевидный бриллиант 34,08 карата, бриллиант овальной формы в 23,55 карата и бриллиант огранки «маркиза» в 6,51 карата увязаны в сложную, эффектную композицию из десятка других драгоценных камней.

Бриллиантовое кольцо «Зеркало рая»
XIV–XV вв., 6,5 млн долл. (предварительная оценка — 7–10 млн долл.).

Бриллиант «Зеркало рая» отличается не только размером (52,58 карата), но и удивительными характеристиками. Добытый в знаменитых индийских алмазных коях Голконды предположительно в начале эпохи правления Великих Моголов, камень отличается безупречными для ювелирного мира характеристиками. Чистый белый цвет без дополнительных цветовых включений встречается редко и служит визитной карточкой индийских алмазов.



Бриллиант Arcot II
XVIII в., 3,4 млн долл. (предварительная оценка — 2–4 млн долл.).

Аркот — одно из княжеств на юго-востоке Индии, где располагалась крепость Голконда, прославившаяся месторождением алмазов. Правители княжества, навабы (так называлась должность), когда-то могущественная династия, к началу XVIII в. потеряли часть своих территорий и в XIX в. попали в зависимость от английской Ост-Индской компании. Роскошный бриллиант весом 17,2 карата стал дипломатическим подарком наваба Мухаммада Али-хан Валаджаха королеве Шарлотте, супруге Георга III.

Кинжал Шах-Джахана
Около 1620–1630 гг., 3,4 млн долл. (предварительная оценка — 1,5–2,5 млн долл.).

Индийский владыка Шах-Джахан остался в истории как человек, построивший великолепный дворец, известный как Тадж-Махал, в память о любимой жене. Он владел несметными сокровищами и любил пополнять свою коллекцию. На торги Christie's попал кинжал, заказанный им для личного пользования. Он сделан из полированной стали и украшен необычным навершием — головой ангела. Подобный декор противоречит канонам ислама. Впоследствии у кинжала был еще один знаменитый владелец — Сэмюэл Морзе, изобретатель телеграфа.



АУКЦИОНОВ

Колье низама Хайдарабада с антикварными бриллиантами, изумрудами и эмалью
Конец XIX в., 1,9 млн долл. (предварительная оценка — 1,5–2,5 млн долл.).

Ожерелье с бриллиантами общим весом более 100 карат было сделано в конце XIX в. из камней с копей Голконды для низамов (правителей) штата Хайдарабад, делового центра Индии. Низамы Хайдарабада оставались самыми богатыми и могущественными индийскими аристократами на протяжении всего XIX и первой половины XX в. В Christie's считают, что ожерелье могло использоваться в качестве коронационного украшения.



Украшенная бриллиантами джигга в стиле Belle Epoque
1907 г., 1,8 млн долл. (предварительная оценка — 1,2–2,2 млн долл.).

Дружба индийских правителей с французскими ювелирами подарила миру величайшие украшения периода ар-деко. Махараджа Патиала Бхупиндер Сингх заказал в 1907 г. джиггу — специальное парадное украшение для тюрбана — со старинными багетами и грушевидными бриллиантами на белом золоте. С тыльной стороны джигга снабжена держателем для шлейфа.

Брошь с резным изумрудом «Тадж-Махал» от Cartier
1925 г., 1,8 млн долл. (предварительная оценка — 1,5–2,5 млн долл.).

В 1925 г. на парижской выставке декоративно-прикладного искусства ювелирный дом Cartier представил великолепное кольцо, в центре которого располагался старинный шестиугольный резной изумруд. Позже он получил название Тадж-Махал за резные цветочные гравюры, которые напоминали цветную каменную инкрустацию Тадж-Махала. Драгоценный камень вызвал ажиотаж публики, о нем много писали в прессе, однако кому он был продан — оставалось тайной вплоть до 90 гг. XX в., когда он обнаружился в коллекции правителей Катара.



Колье из натурального жемчуга с бриллиантами от Cartier
1940-е гг., 1 млн долл. (предварительная оценка — 1–1,5 млн долл.).

Колье было собрано из жемчужных пар, лично отобранных Жаком Картье, совладельцем ювелирного дома, по заказу Гаятри Дэви, супруги махараджи Мана Сингха II. Она считалась одной из самых красивых женщин в мире, часто путешествовала между Индией и Европой и была верной клиенткой ювелирного дома с 1940-х гг. Одетая в шифоновое сари с неизменной ниткой жемчуга, Гаятри Дэви стала одной из первых женщин-политиков. После провозглашения независимости Индии она одержала уверенную победу и была избрана в нижнюю палату Парламента Индии в 1962 г.

Подготовила Надежда КАЛЫЧКОВА



СОЗИДАТЕЛЬНАЯ ТРИАДА

Автомобиль, экономика, глобализация — именно в такой последовательности происходило формирование современного мирового хозяйства с его разветвленными производственными связями. Автомобилестроение и впредь будет играть важную роль в интеграционных процессах в мире.

Когда в 1908 г. Генри Форд выпустил «модель Т» своего автомобиля, ориентированную на массового покупателя, он создал тем самым мощный потенциал влияния на структуру экономики и образ жизни в США. В экономической литературе принято считать, что появление «модели Т» ознаменовало наступление новой эры личного транспорта. Этот автомобиль был прост в управлении, он не требовал сложного технического обслуживания и мог уверенно ехать даже по сельским дорогам. Но эффект от появления этой модели выходил далеко за пределы частных домохозяйств и автомобильного производства в целом. Массовый выпуск автомобилей для населения и трак-

торов для фермеров подвели в США солидную основу под развитие целого ряда базовых отраслей промышленности — черной и цветной металлургии, машиностроения и двигателестроения, электротехники и химии. Взяв курс на производство машин для массового покупателя, Генри Форд первым разглядел в рядовом населении не только армию работников, силами которых создается богатство нации и бизнеса, но и корпус потребителей, который приобретает продукцию, произведенную этим самым бизнесом. Этот поворот в сторону людей сыграл огромную роль в осознании предпринимателями той истины, что те самые работники, от усердия которых во многом зависит

Рождение современного общества потребления происходило в те времена, когда граждане США приобретали свои первые автомашины

успех предприятия, одновременно являются адресатами для продукции, покидающей ворота фирмы. Можно сказать, что рождение современного общества потребления происходило в те времена, когда граждане США приобретали свои первые автомашины.

Массовое производство автомобилей изменило облик страны. Передвижение на автомашинах, которые уже в 1920–1930 гг. стали основным видом пассажирского транспорта в США в городах и между ними, потребовало строительства дорог с твердым покрытием. Дорожное строительство выручит страну в годы реформ Рузвельта, когда для преодоления Великой Депрессии потребуются большие национальные проекты, способные создавать много рабочих мест и привлекать инвестиции.

Автомобильный транспорт предопределил также развитие больших городов — там появились широкие прямые магистрали, способные обеспечивать свободное продвижение большой массы автомобилей. Он повлиял и на облик мелких городков. Здесь сказались еще и жилищная политика, также заложенная в годы реформ администрации Рузвельта. Курс на создание массы собственников жилья с помощью ипотеки сформировал домостроительную промышленность, ориентированную на быстрое возведение недорогих компактных домов, по большей части на одну семью. Свой дом с гаражом, к которому ведет дорога с твердым покрытием, сформировал облик маленьких городков, раскинувшихся по обширной территории США. Вместе с тем транспортная доступность соседних поселений, административных, общественных, медицинских и культурных центров, больших городов и центров политической жизни привела к вовлечению населения из так называемой глубинки в экономическую, социальную, культурную и политическую жизнь страны, способствовала укреплению единства нации.

Благодаря технической сложности и многокомпонентности изделия, производство автомобилей повлекло за собой создание и развитие целого ряда важных для хозяйства любой страны отраслей. Это двигателестроение, черная и цветная металлургия, станко-



Генри Форда вполне можно назвать отцом глобализации — он первым перенес производство в другую страну. Доставлять пользовавшиеся спросом «модели Т» из США в Великобританию становилось все дороже. Форд принял решение построить автосборочный завод в Манчестере, он был открыт 23 октября 1911 г. Детали приходили в ящиках. Бригады из четырех механиков целиком собирали один автомобиль. До 1927 г. таким образом было собрано свыше 300 тыс. автомобилей.

строение, химические производства, переработка нефти, резинотехническое производство и т.д. Неслучайно в течение нескольких десятилетий после окончания Второй мировой войны производство автомобилей было одним из главных, если не главным показателем состояния экономики таких стран, как США, Великобритания, Франция, Германия, Италия и Япония. Фактически по конъюнктуре автопрома в те времена судили о положении дел во всей экономике капитализма.

После окончания Второй мировой войны производство автомобилей было одним из главных, если не главным показателем состояния экономики развитых стран

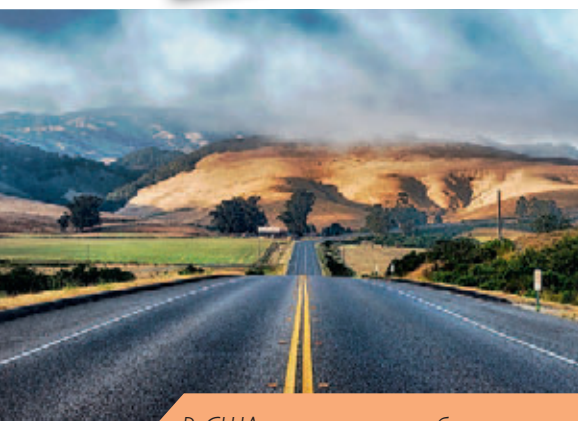


Автомобильное производство сыграло большую роль в процессах глобализации. Поначалу простой экспорт автомашин стал формировать мировую экономическую и производственную культуру. А за этим последовал перенос производства за пределы страны для снижения себестоимости и улучшения логистики поставок. Генри Форд еще в 1911 г. открыл сборочный завод в Великобритании, однако широкие масштабы перенос автозаводов ведущими автомобилестроительными фирмами США, Великобритании, ФРГ и Японии приобрел в 1960–1970 гг.





Благодаря технической сложности и многокомпонентности производство автомобилей повлекло за собой развитие многих важных для любой страны отраслей.



В США в годы автомобилизации транспортная доступность соседних поселений, административных, общественных, медицинских и культурных центров, больших городов и центров политической жизни привела к вовлечению населения из так называемой глубинки в экономическую, социальную, культурную и политическую жизнь страны, способствовала укреплению единства нации.



Заграничные заводы крупных автоконцернов ознаменовали качественный перелом в мировом интеграционном процессе, который в широком обиходе принято называть глобализацией. Перенос машиностроительных заводов из промышленно развитых стран в страны с более низкими издержками имел место и прежде переноса автопрома, но это были скорее единичные случаи. Перенос за границу автозаводов привел к созданию по-настоящему международного производства. Международное разделение труда вышло на новый уровень, на узловое и поддетальное производство, приобретающее системный характер. Это было совершенно новым явлением для автомобилестроения и требовало от автоконцернов перестройки всего производственного процесса для сохранения конкурентоспособности своей продукции. Автомобильные заводы-гиганты, олицетворявшие индустриализацию начала-середины XX в., представляли собой большой индустриальный комплекс, в котором в одном месте были сосредоточены все технологические стадии производ-

ства — от литейных цехов до сборочного конвейера, с которого сходили готовые автомашины (в нашей стране к заводам такого типа относились ЗИЛ, АЗЛК и некоторые другие). Такой подход больше не работал.

Олицетворением современного автопрома стали сборочные заводы, на которых происходит монтаж автомобиля из частей и узлов, поступающих в буквальном смысле со всех концов света. Например, в 1990-е гг. завод в Германии или Великобритании собирал модель «Форд эскорт» из деталей и узлов, поступавших из США, Канады, Японии и более десятка европейских стран. Аналогичным способом сегодня производятся и другие марки автомобилей. Характерным в этом отношении является строительство в 1960-х гг. завода «Фольксваген» в Мексике для сборки автомобилей и их поставки в основном в США. Решение об этом принималось исходя из того, что экспорт этих машин из ФРГ в США в значительной степени означал «перевозку воздуха» через океан.

Для принимающих стран заводы иностранного автопрома означают включение в международное производство на основе технологического процесса с жестким соблюдением сроков, качества и других условий поставок. В этом как раз и заключается качественно новый уровень экономической интеграции стран-участниц этого процесса. Во внешнеэкономические связи стран-участниц автомобильного производства закладывается мощный элемент стабилизации, который со временем набирает силу и значение по мере расширения участия страны в такого рода производствах. Часто опыт совместного производства в автопроме становится школой приобретения опыта для участия в других международных проектах.

Очевидно, что мировой интеграционный процесс, в котором производству автомобилей принадлежит большая роль, будет продолжаться и далее, преодолевая трудности и препятствия, и создание автомобилей будет занимать в нем достойное место.

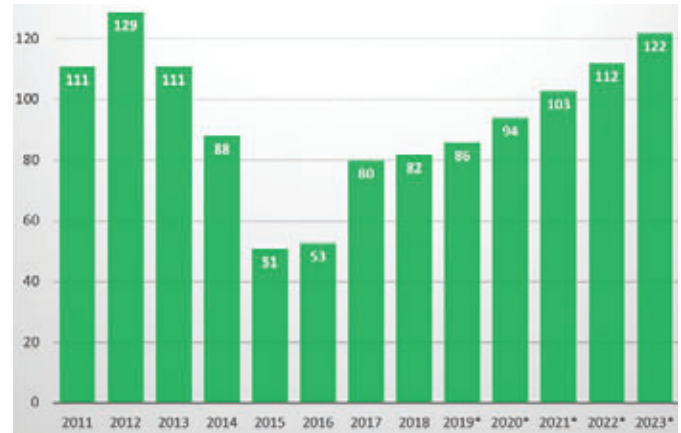
Михаил ПОРТНОЙ,
д.э.н., главный научный сотрудник
Института США и Канады РАН,
профессор Института бизнеса и делового администрирования РАНХиГС

Продажи в России легких коммерческих автомобилей (тыс. шт.)



*Прогноз.
Источник: «Автостат», PwC.

Продажи в России грузовых автомобилей (тыс. шт.)



*Прогноз.
Источник: «Автостат», PwC.

Продажи легковых и легких коммерческих автомобилей в России (тыс. шт.)

Марки автомобилей	2018 г.	I полугодие 2018 г.	I полугодие 2019 г.	I полугод. 2019 / I полугод. 2018 г., %
Всего	1800,6	849,2	828,8	-2,4
Lada	360,2	169,9	174,2	2,5
KIA	227,6	111,2	111,6	0,3
Hyundai	178,5	87,0	88,0	1,1
Renault*	137,1	70,8	64,4	-9,1
VW	113,7	48,2	49,8	3,3
Toyota	108,5	47,1	46,5	-1,3
Skoda	81,5	36,3	39,8	9,6
Nissan*	80,9	37,0	31,3	-15,4
GAZ*	60,7	27,1	26,0	-4,1
Ford*	53,2	25,7	21,0	-18,3

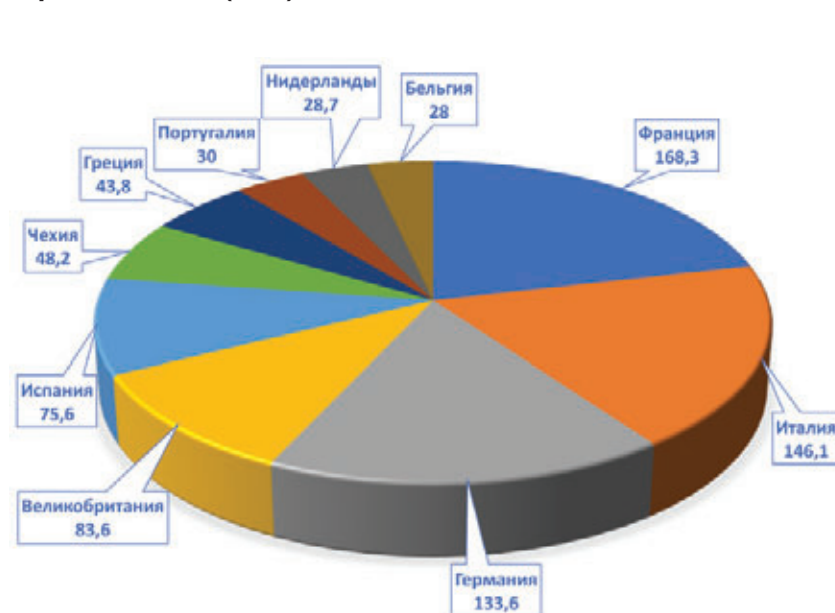
*Вкл. производство коммерческих автомобилей. Источник: Ассоциация европейского бизнеса.

Марки грузовиков, продаваемые в России (%)

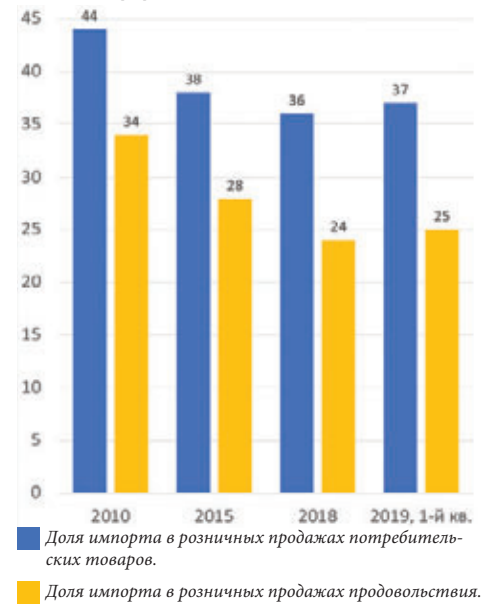
Марка/годы	2017	2018
Камаз	33	31,3
ГАЗ	9,7	10,1
Scania	7,1	8,1
Volvo	7,5	7,7
MAN	5,9	6,2
Mercedes-Benz	7	5,9
MAZ	4,9	5,1
Isuzu	4,6	4,7
Урал	4,1	3,9
DAF	4,6	3,4
Прочие	11,6	13,6

Источник: «Автостат».

Число ресторанов и других заведений общепита в Европе в 2016 г. (тыс.)



Доля импорта на розничном рынке России (%)



Источник: Росстат.

ОПЕК. Что может пойти не так?

«Блумберг», США



Единственная страна, которая действительно может заставить группу ОПЕК+ работать, — это США. Поскольку это невозможно, такую функцию взяла на себя Россия, пишет «Блумберг». Этот картель играет в опасную рулетку на фоне слабоющего нефтяного рынка, уверен автор.

Bloomberg

Следующий год обещает стать тяжелым для стран — производителей нефти. ОПЕК ожидает, что спрос вырастет на 1,14 млн барр. в день, что соответствует прогнозам на этот год. Однако также ожидается, что добыча в странах, не входящих в ОПЕК, вырастет на 2,4 млн барр. в день. То есть миру будет требоваться меньше нефти ОПЕК — на 1,34 млн барр. в день, что практически эквивалентно добыче в Анголе.

Доля ОПЕК на рынке уже уменьшается. В июле Международное энергетическое агентство опубликовало ежемесячный доклад, где говорится, что в начале 2020 г. спрос на нефть, добываемую в странах ОПЕК, может упасть на 28 млн барр. в день.

Источником всех проблем, как всегда, стали США с их сланцевой нефтью. Согласно прогнозу на 2020 г., на долю Америки придется 71% того избытка нефти, который будет добыт в странах, не входящих в ОПЕК. Свой вклад в переизбыток нефти на рынке, хотя и гораздо меньший, внесут также Бразилия и Норвегия. На долю тех 10 стран-партнеров, которые представляют собой тот самый «плюс» в ОПЕК+, придется всего 5%.

То незначительное увеличение, которое придется на долю стран «плюс», довольно интересно. Практически весь этот объем станет результатом ожидаемого увеличения добычи российской нефти, который должен произойти после окончания первого квартала 2020 г. Именно тогда должен завершиться срок действия ограничений

ОПЕК+ на добычу, поэтому аналитики предполагают, что добыча России и некоторых других стран снова вырастет.

Это довольно показательная гипотеза, потому что в ее основе лежит предположение о том, что в этом году готовность России соблюдать требование о сокращении добычи — относительно недавнее явление — усилится до такого уровня, которого мы прежде не видели.

Собственные прогнозы МЭА демонстрируют такую же веру в сдержанность России — предполагается, что Россия перевыполнит требования на 240%. Эффект от проблем с загрязненной нефтью способствовал тому, что Россия соблюдала установленные требования как минимум математически. А президент Владимир Путин устроил целое шоу из заключения (и объявления) соглашения с Саудовской Аравией на продление срока действия ограничений на добычу.

Тем не менее Саудовской Аравии, должно быть, не нравится такая сильная зависимость от степени дисциплинированности крупного производителя нефти, который никогда не славился особенной дисциплинированностью. Действительно, сама идея партнерства со странами «плюс» выглядит своего рода потемкинской деревней, если присмотреться повнимательнее. Шесть из 10 стран не имеют практически никакого значения: каждая из них должна была сократить добычу на 20 тыс. барр. в день или даже меньше — это всего лишь капля в море нефти.

В любом случае никто не ждет, что они все выполнят свои обязательства. Оман вносит немного более заметный вклад, однако положительные аспекты стран «плюс» для организации ОПЕК на самом деле сводятся всего к трем странам.

Существенный вклад Казахстана, особенно в 2019 г., является скорее следствием ремонта и технического обслуживания, которые проводятся на двух гигантских месторождениях, нежели решительной готовности выполнять требования. Подобным же образом прогнозируемое перевыполнение требований сделки ОПЕК Мексикой — почти 400% за тот же период — это всего лишь бессилие, замаскированное под умеренность. Невольно или нет, а все же нефти добывается меньше. Тем не менее зависимость от неудач других — это определяющая и весьма показательная характеристика ОПЕК+.

Таким образом, дисциплинированность России остается ключевым фактором для поддержания иллюзии контроля. К примеру, с января 2017 г. Россия могла бы выполнять свои обязательства в среднем на 57%. Относительно нынешних прогнозов ОПЕК это добавило бы на рынок дополнительные 100 млн барр. нефти к концу 2020 г. Это весьма существенные объемы, если учесть, что министр энергетики Саудовской Аравии Халид аль-Фалих недавно рассуждал по поводу попыток сократить мировые запасы нефти более чем на 200 млн барр.

Что важнее всего, эти сокращения добычи — как реальные, так и предполагаемые — происходят в контексте ухудшающихся перспектив в плане спроса. Рост потребления нефти в первом квартале сменился падением до рекордно низкого уровня с 2011 г., согласно новому докладу МЭА. Агентство продолжает настаивать, что во второй половине 2019 г. рост восстановится, что выглядит чрезвычайно странно, если учесть ослабевающие прогнозы со стороны ОПЕК и постоянно поступающие данные об ухудшающихся экономических показателях — последняя порция поступила от Сингапура и Китая, которые являются главными источниками роста спроса на нефть.

Уменьшение добычи нефти с целью укрепления ее цены в условиях слабого рынка — это сизифов труд, и именно поэтому соглашение ОПЕК+, которое изначально было заключено на 6 месяцев, скоро будет отмечать свой третий день рождения. Уже заметны признаки некоторых проблем, возникающих в американском сланцевом бизнесе, однако ОПЕК уже много лет тщетно ждет краха техасцев. В результате ОПЕК приходится рассчитывать на дисциплинированность Саудовской Аравии, на разношерстную компанию ходячих больных и, что важнее всего, на лояльность Москвы. Что может пойти не так? ■

Кандалы современного человечества

«Зюддойче цайтунг», Германия

Аккумулятор призван обеспечить нам максимальную свободу. Но на самом деле мы зависим от зарядного кабеля, как от пуповины.

Современный человек очень хотел бы быть свободным. Поэтому он освобождается от тягот, которые вызывают, например, стрижка газона, уборка пылесосом, ходьба пешком или размышления. Он покупает себе газонокосилку, робот-пылесос, электросамокат или смартфон, в котором можно найти и сохранить любую информацию.

В этом деле есть лишь одна загвоздка: свобода современного человека зависит от аккумулятора. При этом человек состоит с аккумулятором в своеобразных отношениях: так, недавно в новостях можно было прочитать, как в кармане брюк взорвался аккумулятор для электронных сигарет, а в одной из квартир взлетел на воздух аккумулятор электросамоката. Имидж литий-ионных аккумуляторов значительно пострадал еще в 2016 г., когда компании Samsung пришлось отозвать смартфоны из-за многочисленных случаев возгорания их аккумуляторов.

Суть проблемы заключается в противоречивом желании компактности и одновременно производительности: аккумулятор должен занимать мало места и быть легким, но при этом как можно дольше держать заряд. Ведь как только он разрядится, наше настроение сразу упадет: контакт с внешним миром будет потерян. Наступит паника. Судорожные поиски. Взрослый человек редко выглядит таким беспомощным, как в случае, когда он с проводом в руке охотится за розеткой. И ему приходится осознать: аккумулятор не освобождает человека, он показывает ему на его границы.

Это, вероятно, дает ответ на вечный вопрос о том, управляет ли человек техникой или все наоборот. Человек считает себя кукловодом, но в действительности ведет себя как марионетка: технологизированное общество, зависимое от зарядного кабеля, выглядит так же, как пациент, лежащий под капельницей.

Эту тему еще несколько лет назад отразил в своей инсталляции японский художник Мио Ицава, изобразив iPhone, соединенный с розеткой пульсирующей пуповиной.

Современный человек, очевидно, воспринимает отсутствие электричества как дефицит, вместо того, чтобы понять, что на самом деле это шанс стать независимым. ■

Свобода
современного
человека зависит
от аккумулятора.
Ведь как только
он разрядится,
мы становимся
беспомощными.
Наступает паника и
судорожные поиски
розетки.

Süddeutsche Zeitung

Урны, полные еды

«Русская Германия», Германия



В Германии ежегодно около 13 млн т продуктов выбрасывается на помойку. Каждый немец отправляет в урну в среднем 85 кг еще пригодной для использования еды.

русская германия

Наша страна ежегодно превращает в мусор порядка 13 млн т продуктов питания: многое, что можно было бы съесть, жители ФРГ выбрасывают — в среднем на каждого из нас в год приходится 85,2 кг съедобного мусора. Причем основную вину за разбазаривание пищи несут именно граждане: гастрономические предприятия и торговые сети выбрасывают меньше продуктов и в основном справляются с необходимостью использовать их без остатков или раздавать излишки нуждающимся.

Многочисленные призывы прекратить уничтожение пригодного в пищу находят определенный отклик, но народ как выбрасывал, так и выбрасывает еду. Исследователи Штутгартского университета — именно на их экспертное мнение ссылается немецкая пресса, приводя указанные выше цифры — считают, что почти половину выброшенного, от 6 до 8,2 млн т, теоретически можно было бы сохранить и благополучно использовать: 37,3 кг еды на каждой немецкой кухне попадает в урну зря. Чтобы не выбрасывать продукты, обычно бережливым немцам надо научиться правильно хранить фрукты, овощи, хлеб, прекратить покупать больше, чем действительно необходимо, и просто не позволять себе бездумно выбросить целое яблоко, на котором появились пятна, или увядший салат, полагают эксперты.

Предприятия, так или иначе имеющие отношение к производству или переработке пищевых продуктов, тоже вносят солидный вклад в приведенный расчет: на долю сельского хозяйства, торговли, гастрономии, пищеперерабатывающих компаний приходится менее 40% отходов, граждане вносят свою лепту на 55% с лишним — 7 млн т, еще 2,2 млн т (17%) уничтожаются при переработке, 13% (1,7 млн т) — в общепите, остальное — в торговле.

Предыдущие подобные расчеты производились в 2012 г.: результаты оказались весьма близкими, при том, что объемы производства и переработки продуктов выросли.

В начале года правительство ФРГ приняло программу борьбы с расточительством, цель которой — снизить к 2030 г. объемы выбрасываемой еды вдвое. Министр продовольствия и сельского хозяйства Германии Юлия Клекнер регулярно призывает и жителей страны, и торговые сети, и производителей с поставщиками бороться с переизбытком пищевых отходов, справедливо полагая, что это задача всего общества. С точки зрения экологии, выброшенная еда — это еще и зря потраченная на ее производство энергия, поясняет эксперт кафедры городской застройки, водоснабжения и уборки мусора Штутгартского университета Герольд Хафнер: «Выбрасывается не только сырая или не требующая приготовления еда. Растет доля уничтожаемых частными домохозяйствами или на предприятиях общепита отходов, в которые превратились пригодные к употреблению блюда — на их производство ранее была истрачена энергия, и эти затраты также необходимо учитывать, оценивая общий экологический баланс в связи с выброшенными продуктами».

В Германии активисты пытаются бороться с уничтожением пищи как из экологических соображений, так и ощущая всю безнравственность уничтожения продуктов, которыми можно было бы накормить голодных и неимущих. С 2012 г. в стране представлено движение «спасителей еды» под названием Foodsharing (англ. «Поделись едой»): его участники-добровольцы получают в магазинах и ресторанах неиспользованные продукты и блюда с обязательством распространить их среди тех, кто захочет найти еде применение.

Ежегодно немецкие благотворительные организации получают свыше 260 тыс. т продуктов питания от примерно 30 тыс. супермаркетов. Благотворители раздают еду неимущим через отделения своих организаций, которые имеются почти в каждом городе. ■

Кто самый бедный в Европе

«Фигаро», Франция



Существует некий «ореол» бедности, как и «ореол» безработицы. Об этом свидетельствует движение «желтых жилетов» и споры, которые оно породило: данное явление зависит не только от макроэкономических показателей. Восприятие мира улучшается не потому, что средняя покупательная способность увеличивается. Как же измерить различные жизненные стандарты?

Попытку ответить на этот вопрос предпринял Национальный институт статистики и экономических исследований Франции (INSEE), опубликовавший сравнительное исследование по поводу бедности в Европе. Его авторы четко различают два подхода: бедность «в денежном выражении» и «материальная и социальная депривация». В совокупности они показывают огромные различия между государствами — членами ЕС.

В первом приближении было установлено, что 9 млн французов сегодня живут за чертой бедности. В статистическом смысле это означает, что у них доход ниже 60% от среднего дохода, то есть чуть больше 1 тыс. евро на одного человека. В 2016 г. это касалось 13,6% населения. Такой уровень значительно ниже, чем в среднем по Евросоюзу (17,3%).

Но будьте осторожны: этот критерий относителен. По определению, порог варьируется от страны к стране в зависимости от уровня жизни

населения. Чешская Республика, которая имеет самый низкий уровень бедности среди 28 государств — членов ЕС (9,7%), имеет используемый для расчетов доход в 620 евро в месяц по сравнению с 1155 евро в Австрии, которая при этом занимает восьмое место.

Чтобы лучше оценить риск социально-экономического отчуждения, статистическая служба ЕС Евростат разработала в 2017 г. еще один показатель. В то время как бедность «в денежном выражении» прежде всего позволяет измерить степень неравенства в обществе, «материальная и социальная депривация» учитывает людей, «неспособных покрыть расходы, связанные, по крайней мере, с пятью элементами повседневной жизни из тринадцати, сочтенных желательными и даже необходимыми».

Принятые критерии более чем конкретны: суметь выстоять при возникновении непредвиденных расходов или позволить себе неделю отпуска, быть в состоянии рассчитаться за аренду жилья и коммунальные платежи, одеваться, отапливаться...

По этому критерию «материальная и социальная депривация» затрагивает 12,7% французов и 15,7% жителей Евросоюза. Но в то время как этот показатель составляет всего 2,9% для шведов, он резко возрастает в Румынии и Болгарии, приближаясь к 50%. Франция оказывается на тринадцатом месте. ■

Понятие бедности не одинаково в разных странах и зависит от среднего уровня доходов в той или иной стране.

LE FIGARO

Темная сторона Amazon

«Атлантико», Франция



Amazon отмечает свой юбилей: 25 лет роста и глубоких преобразований в розничной сфере.

Но у империи Amazon есть и «темная сторона», из-за которой она регулярно оказывается в центре острой полемики. Об этом и о причинах успеха компании рассказывает экономический эксперт Жюльен Пийо.

atlantico.fr

«Атлантико»: 5 июля корпорация Amazon отметила свое 25-летие. Какой была история компании и с чем связан ее успех?

Жюльен Пийо: Всего за четверть века предприятие Джеффа Безоса стало мировой торговой империей и одним из лидеров по биржевой капитализации. Неплохо для компании, которая начинала в 1994 г. как книжный интернет-магазин. Если смотреть в прошлое, мне кажется, что успех Amazon связан по большей части с тремя моментами: большими стратегическими планами, эффективным предложением и агрессивными ценами.

Что касается первого пункта, думаю, что его можно было бы описать такой фразой Джеффа Безоса: «Amazon должен без конца стремиться к большему по сравнению с тем, что у него есть сейчас». Задача по бесконечному расширению привела Amazon к охвату все большего числа позиций в торговой сфере, а затем и выходу на международный уровень. Сегодня она проводит диверсификацию в относительно далеких от ее изначальной сферы деятельности областях: логистика, облачные технологии, потоковое воспроизведение музыки и аудио, киберспорт (посредством Twitch), финансовые услуги Amazon Pay и Amazon Cash) и даже онлайн-фармацевтика (через приобретение Pillpack). Покупка классических сетевых магазинов (например, Whole Foods в США) позволяет компании завершить слияние физического и цифрового бизнеса.

Что касается второго момента, Amazon всегда ставила во главу угла эффективность (например, качество интерфейса, скорость работы торговых и логистических служб). Все это позволило ей сформировать устойчивую динамику прибы-

ли. Кроме того, Amazon создала очень удачное и выгодное предложение под названием Prime, которое представляет собой подписку с доступом практически ко всем ее услугам. Это дает Amazon выдающуюся привлекательность по всему миру, в том числе в услугах, по которым у нее практически нет конкурентных преимуществ по сравнению с соперниками, если рассматривать их по отдельности. Чтобы убедиться в этом, достаточно сравнить Amazon Prime Video с Netflix.

Третий момент можно проиллюстрировать еще одной фразой Джеффа Безоса: «Ваша выгода — это моя возможность». Эти слова прекрасно говорят о том, как Amazon смогла быстро закрепиться на многих рынках с помощью более низкой маржи по сравнению с традиционными компаниями, которым приходится иметь дело с затратами на землю, аренду, рабочую силу... Такие расходы могут быть весьма серьезными. Другими словами, на протяжении последних 25 лет Amazon стремилась в первую очередь увеличить не прибыль, а долю рынка, сделав ставку на неспособность классических сетей конкурировать с ней в сфере цен и широты предложения.

Неукоснительное следование этой стратегии легло в основу успеха Amazon. Лучше понять масштабы можно с помощью цифр: 310 млн аккаунтов клиентов, 100 млн подписчиков Prime, почти 650 тыс. сотрудников, 232,9 млрд долл. оборота и биржевая капитализация в районе 1 трлн долл. Голова идет кругом!

— Предприятие не только стало промышленной империей, но и кардинально изменило потребительские привычки и бизнес-среду в широком смысле. Что хорошего дала Amazon миру за 25 лет? И что плохого?

— Среди наиболее значимых позитивных сдвигов в связи с появлением Amazon стоит в первую очередь отметить влияние предприятия на определение лучших практик в розничной торговле. Amazon очень высоко подняла планку качества, задав тем самым тон и подтолкнув другие сети к тому, чтобы взять с нее пример... Рекомендации товаров, покупка в один клик, сверхбыстрая доставка (бесплатная для подписчиков Prime) — все это стандарты, которые были утверждены Amazon.

Помимо стимулирования инноваций в цифровой и физической торговле, конкуренция (иногда агрессивная) со стороны Amazon также позволила сдерживать рост потребительских цен. У классических сетей не остается другого выбора, кроме как следить за ценовой практикой Amazon и по возможности следовать ей. Наконец, Prime-подписка предлагает уникальный доступ к услугам, которые явно обошлись бы гораздо дороже, если бы предоставлялись по отдельности.

Широта предложения Amazon на одной платформе (она позволяет минимизировать стоимость операций и время поиска) и создание рабочих мест (напрямую или во всей экосистеме) тоже относятся к числу положительных качеств компании.

Как бы то ни было, есть у империи Amazon и темная сторона, из-за которой она регулярно оказывается в центре полемики, иногда весьма острой. Прежде всего, критикуют экологические последствия ее логистической деятельности, а также упаковки.

Социальные последствия — это второе черное пятно на репутации Amazon. Они проявляют себя на двух уровнях. Во-первых, на уровне условий труда и зарплат. Если верить репутации компании, она неизменно требует от сотрудников высокой производительности, что ведет к серьезной текучке кадров и профессиональным заболеваниям. Во-вторых, не исключено, что жесткая конкуренция со стороны Amazon может привести к закрытию физических магазинов. В 2017 г. в США был зарегистрирован рекорд: 6 985 случаев прекращения деятельности. 2019 г. обещает стать для сектора еще более суровым: 6 тыс. магазинов было закрыто только в первом квартале.

Наконец, Amazon критикуют за налоговую оптимизацию. Сегодня, когда государства задумываются о введении налога на деятельность интернет-гигантов (торговая площадка Amazon может быть не затронута им, поскольку он коснется в первую очередь цифровой рекламы и посредничества), а население требует больше «налоговой справедливости» и этики, такая оптимизация может перестать быть рычагом конкурентоспособности и привлекательности, превратившись в смертельную ловушку для имиджа прибегающих к ней предприятий. ■

Слишком жарко для людей

«Тages-Anzeiger», Швейцария

Сильная жара в Индии показывает, что скоро некоторые регионы Земли могут стать непригодными для жизни — исследователи бьют тревогу.

Обычно экстремально высокие температуры доставляют хлопоты жителям Индии в период с марта по июль и постепенно спадают, как только начинаются муссонные дожди. Однако в последние годы частота, интенсивность и продолжительность периодов сильной жары существенно возросла: в 2010 г. по всей стране была зафиксирована 21 тепловая волна, в 2018 г. — уже 484. За этот период из-за жары погибло более 5 тыс. человек.

Этим летом жертвами жары уже стали более сотни человек. В городе Чуру, к западу от столицы Дели, столбик термометра поднялся до 50,6 градуса, что почти побило индийский рекорд. В самом Дели, где была зафиксирована температура в 48 градусов, июнь также был жарким как никогда.

Метеорологи предполагают, что ситуация будет ухудшаться и в будущем тепловые волны, вероятно, будут затрагивать не отдельные регионы, а регулярно всю страну. Эксперты Массачусетского технологического института (MIT) бьют тревогу: они подсчитали, что в некоторых регионах Индии жара может стать настолько сильной, что будут достигнуты пределы человеческой выживаемости.

Пределы выживаемости эксперты определили с помощью так называемой температуры влажного термометра, при измерении которой учитывается температура воздуха и влажность (она ниже температуры, измеряемой обычным способом). Если она достигает 35 градусов, человек не может в достаточной степени охлаждать свой организм с помощью потоотделения. Если человек подвергается воздействию таких условий более 6 часов, он умирает, независимо от его физической формы.

Исследователи MIT видят два сценария: в первом случае до конца столетия глобальная температура поверхности Земли повысится в среднем на 4,5 градуса, так как количество выбросов продолжит увеличиваться. Во втором случае потеплеет на 2,25 градуса.

Если сбудется более оптимистичный сценарий, условия жизни для многих людей в этом регионе будут тяжелыми, но не совсем жизнеопасными. При большем увеличении температуры пределы человеческой выживаемости будут достигнуты как на северо-востоке и на востоке Индии, так и в некоторых регионах соседнего государства Бангладеш. Плодородная долина реки Ганг, а также другие регионы Южной Азии, в частности, север Шри-Ланки и восток Пакистана, будут лишь в ограниченной степени пригодны для жизни. Через несколько десятилетий жизнь более миллиарда людей может оказаться в крайней опасности. ■

Некоторые
регионы Земли
вскоре могут стать
непригодными
для жизни.
Через несколько
десятилетий жизнь
более миллиарда
людей может
оказаться в крайней
опасности из-
за повышения
температуры
воздуха.

Tages-Anzeiger

Китай — США: кто впереди?

«Гуаньча», Китай



В XX в. США считались страной научно-технических инноваций. Теперь же эта роль стремительно переходит к Китаю, и многие боятся верить, что Китай на деле обогнал США в сфере 5G. Однако настоящая борьба за передовые позиции только началась.



В последнее время в умах людей поселилось сомнение: действительно ли Китай обгоняет США в сфере 5G? Многие надеются, что это так, но все же их терзают сомнения.

5G — это не отдельная технология, это комплекс различных технологий, а также новая экосистема, которая является следующим этапом развития интернета. В настоящее время технологии и продукты 5G из Китая, США, Японии, европейских стран сплелись в запутанную цепочку, все компоненты которой находятся в состоянии непрерывного и стремительного развития.

Огромная экономическая пирамида, сформировавшаяся вокруг всего, что связано с 5G, делится на три уровня: технологии и оборудование, инфраструктура, применение и экономика. Все эти три компонента взаимосвязаны, способствуют развитию друг друга и интернета в целом.

Здесь каждый проявляет свой талант в разных областях: США отличились в сфере микросхем и конечных операционных систем, китайские компании Huawei и ZTE не имеют себе равных во всем, что касается оборудования, а за Европой остается звание колыбели телекоммуникационных технологий. Главные китайские операторы China Mobile, China Telecom и China Unicom опережают всех в сфере строительства инфраструктуры.

Вслед за подъемом Huawei китайские операторы развивались с небывалой скоростью. Тенденция к доминированию китайских компаний обозначилась, когда связь 5G стала доступна первым 800 млн интернет-пользователей по всей стране.

В докладах о 5G аналитические центры по всему миру, несмотря на различия применяемых подходов, в один голос сообщали о ведущей

роли Китая. В докладе «Среда 5G: опасности и возможности для Министерства обороны США», опубликованном комиссией по инновациям этого министерства, говорилось, что благодаря значительным вложениям Китай занимает лидирующее место в сфере развития 5G технологий.

В интервью английским СМИ глава компании Huawei Жэнь Чжэнфэй сказал: «Мы не ощущаем воздействия США в сфере 5G, оптической передачи, базовых сетей, сетей доступа. В области фотосистем мы обогнали весь мир и не нуждаемся в какой-либо помощи со стороны Америки. В сфере 5G мы занимаем ведущее место в мире уже два или три года подряд». Непосредственные конкуренты Huawei в сфере оборудования — компании Nokia и Ericsson — все эти годы терпели одни убытки. За ними сохраняется неплохое положение на рынке, однако им явно не хватает сил для инвестирования в исследования и разработку, совершения прорыва в области инноваций.

Помимо технологий 5G, Китай также лидирует в сфере инфраструктуры 4G. Глава совета директоров China Mobile сообщил, что компания владеет 2,4 млн базовых станций 4G, а в ведении всех трех операторов около 4 млн станций, в то время как американские компании AT&T, Verizon и другие операторы связи в сумме имеют всего около 100 тыс. станций. По этому показателю Китай превосходит США почти в 40 раз. Из-за проблем с внедрением своей продукции американские операторы почти не проявляют никакой активности в области развития связи 5G. Можно представить, какой огромный разрыв существует между Китаем и США в данной сфере.

США могут достичь прорыва в технологиях 6G, но все же решающую роль в такой сложной, комплексной научно-технической сфере играет не что иное, как длительные вложения в исследования и разработки. Китайские предприятия, которые уже имеют преимущество в данной области, а также на рынке, будут инвестировать в разработку технологий нового поколения и расти за счет этого еще больше. Поэтому увеличивающееся преимущество Китая в сфере 6G не должно никого удивить.

Польза 5G наиболее заметно проявляется на уровне применения и экономики. В этом отношении Китай как единственный в мире рынок с миллиардом пользователей сетей, несомненно, занимает видное место.

Рынок — это всегда самый большой источник технических инноваций и развития. Еще в 50-х гг. XX в., когда только зарождалось программное обеспечение, более 80% всех компьютеров находились в США. В середине 1990-х гг. по миру прокатилась волна коммерциализации интернета, тогда 60% всех пользователей были также сосредоточены в США. Миф о том, что Америка — страна научно-технических инноваций, поддерживался благодаря Силиконовой долине и Уолл-стрит.

Сейчас рыночное преимущество перешло к Китаю. Лидерство в сфере 5G — это результат накопления научно-исследовательского опыта компанией Huawei и другими высокотехнологичными предприятиями, а также развития до определенного уровня макроэкономики и рынка.

Лидерство Китая в сфере 5G — это реальность и общая тенденция, но все же не стоит забывать, что волна 5G захлестнула мир совсем недавно, а настоящая борьба за передовые позиции только началась.

В сфере науки и технологий США опережают половину всего мира и в целом занимают передовые позиции. Высокотехнологический подъем Китая, бесспорно, извлек определенную выгоду из опыта США. Наш выход на лидирующие позиции не означает стремление к мировому господству, мы просто хотим внести свой вклад в развитие человечества.

Технологический подъем в одной стране означает не только улучшение обслуживания ее жителей, но и вклад во все другие страны мира. Тот факт, что Китай стал лидером в сфере 5G, изменило устоявшуюся ситуацию, когда ключевые технологии находились под чьим-либо контролем. Это уже стало главной тенденцией развития науки и техники, но нам нельзя расслабляться, надо энергично идти вперед к лучшему будущему.

Автор — Фан Синдун, директор исследовательского института интернета и социологических исследований Чжэцзянского университета средств информации.

Откуда лимузины?

«Франкфуртер альгемайне цайтунг», Германия



14 июня 2018 г. в Роттердаме в море вышло грузовое судно, на борту которого находились два бронированных лимузина Mercedes S600 Long Guard, цена каждого из которых составляла около 500 тыс. евро. После долгого путешествия через Далянь в Китае, Осаку в Японии и Пусан в Южной Корее след обоих контейнеров потерялся. Из Пусана корабль DN5505 под флагом Того перевозил контейнеры якобы в направлении российского порта Находка. Прибыло ли туда судно, неизвестно. Одновременно, как сообщали СМИ, в начале октября из Пхеньяна во Владивосток летали три тяжелых транспортных самолета северокорейской авиакомпании Air Koryo. Три месяца спустя, в январе 2019 г., северокорейского лидера Ким Чен Ына впервые увидели в Пхеньяне на лимузине Mercedes-Maybach S600 Guard.

Эксперты американского Центра перспективных оборонных исследований опубликовали исследование, согласно которому «контроль над запретом экспорта товаров роскоши в Северную Корею, введенный США еще в 2006 г., осуществляется крайне недостаточно. В 2015–2017 гг. в экспорт товаров роскоши в Северную Корею было вовлечено 90 стран».

Небрежный контроль за экспортом вызывает другие вопросы. Если в Пхеньяне можно контрабандным путем доставить контейнеры с лимузинами, то тогда путь свободен и для товаров военного назначения. Различные предприятия, которые были вовлечены в перевозку автомобилей Maybach, замешаны, согласно исследованию, и в нарушении запретов на экспорт других товаров в Северную Корею. В указанный период только из России в Северную Корею было доставлено 803 автомобиля класса люкс в рамках 82 поставок. Такие выводы авторы исследования сделали на основе торговой статистики.

Из России, среди прочего, поставлялись автомобили марок Mercedes-Benz, Toyota, Lexus и Nissan. Причина небрежного контроля, по мнению авторов исследования, заключается в том, что лишь 13 стран составили список товаров роскоши, запрещенных для экспорта в Северную Корею. ■

Экспорт товаров роскоши в Северную Корею запрещен. Тем не менее на официальных приемах Ким Чен Ын регулярно появляется на лимузинах. Группа исследователей заявляет, что разгадала эту тайну

Frankfurter Allgemeine

Кошмарный сон США

«Хайзе», Германия



Дан старт строительству платной автотрассы, которая протянется от Казахстана до Белоруссии, обеспечит кратчайшую сухопутную связь между Китаем и Европой и перетянет часть грузооборота с морского транспорта на наземный.



Это крупный инфраструктурный проект, теперь уже одобренный российским правительством. Глава правительства Дмитрий Медведев дал старт строительству платной автотрассы, которая протянется от Казахстана до Белоруссии и обеспечит кратчайшую сухопутную связь между Китаем и Европой.

По словам Александра Рязанова, компания которого инициировала данный проект, автотрасса «Меридиан», рассчитанная, прежде всего, на грузовые перевозки, обойдется примерно в 9,5 млрд долл. Государство не будет принимать участие в финансировании проекта, расходы лягут на плечи частных инвесторов «Русской холдинговой компании», которая, тем не менее, требует от правительства обеспечить минимальный доход в размере 550 млн долл. Таким образом, компания будет застрахована от политических рисков, таких как возможное закрытие границ.

Ожидается, что магистраль начнет приносить прибыль уже через 12 лет. Положено начало строительству первого участка. Частная автомагистраль перетянет часть грузооборота между Европой и Китаем с морского транспорта на наземный, что, вероятно, будет иметь существенные последствия. Этот проект не в последнюю очередь послужит толчком к производству эффективных автомобилей для грузоперевозок, а также, возможно, приведет к ускорению ввода в эксплуатацию грузовых автомобилей автономного передвижения, особенно с учетом того, что Китай вкладывает большие средства в развитие искусственного интеллекта.

Автотрасса является частью «Шелкового пути» (проекта китайского правительства), а также Путинской программы развития транспортной инфраструктуры. Рассчитанная на 6 лет амбициозная программа с бюджетом почти в 100 млрд долл. направлена на модернизацию и развитие транспортной инфраструктуры России, которая включает в себя автомобильные дороги,

аэропорты, морские порты, железнодорожный транспорт. В результате Россия станет центром евразийского экономического пространства, протянувшегося от Португалии до Китая.

Данная программа стоит в одном ряду со многими другими проектами, призванными наладить более прочные связи между азиатскими странами, а также между Азией и Европой. В конечном счете, речь идет о концентрации экономического пространства на территории от Японии до Португалии, что может привести к перераспределению власти и изоляции Африки и Америки. Россия и Япония в прошлом году уже сделали шаг в этом направлении, когда тестировали новый путь перевозки товаров по Транссибирской магистрали. Контейнер с рисом доставили на корабле из японского Кобе в российский порт Восточный. Оттуда контейнер продолжил свой путь по железной дороге, проехав более 9 тыс. км и за 14 дней добравшись до Москвы. Транспортировка товаров морским путем из Японии в Москву через Суэцкий канал заняла бы от 53 до 62 дней. Таким образом, торговые и политические отношения России и Японии, а также торговля между Японией и Европой укрепится сухопутным сообщением.

С точки зрения Вашингтона, расширение евразийской торговой зоны, которая обходит сухоходные пути, находящиеся под контролем США, — катастрофа. Со времен Второй мировой войны цель США заключалась в том, чтобы отделить Европу от России, а также путем расширения НАТО и ЕС на восток увеличить свою зону влияния. «В чем смысл НАТО? Удерживать русских в стороне, американцев — внутри, а немцев — под собой», — довольно откровенно высказался лорд Гастингс Лайонел Исмей, первый генеральный секретарь НАТО (1952–1957 гг.).

В Вашингтоне, скорее всего, осознают, что евразийское объединение решительно меняет характер политики в отношении Китая. Еще Джордж Буш младший (до трагедии 11 сентября), а затем Барак Обама (до начала конфликта на Украине) намеревались перенести основное внешнеполитическое направление военной и экономической сферы США из Европы и Ближнего Востока в Азиатско-Тихоокеанский регион. Если последний через Россию в обход США объединится с Европой, американское превосходство вместе с сотнями военных опорных пунктов будет ослаблено. Тем более важной целью для Вашингтона будет перетягивание восточноевропейских государств на свою сторону для сохранения блока, сдерживающего Россию. Так что спокойствия не предвидится. ■

Европа застряла между США и Россией

«Нэшнл интерест», США

Любой военный аналитик хорошо понимает, что «туман войны» всегда очень густой, а гражданские войны особенно жестоки. Осознавая эту фундаментальную реальность, Европа, Россия и США должны объединиться, чтобы залечить раны последних пяти лет и перестать переключать друг на друга вину за происходящее. Владимир Зеленский, очевидно, пренебрег мнениями «экспертов» и одержал победу на выборах с огромным преимуществом на платформе мира и компромисса. Если и когда такая мирная инициатива действительно материализуется, ее необходимо будет поддержать всеми силами. Народы Восточной Европы и Украины в частности нуждаются в восстановлении и примирении, а не в дальнейшей эскалации и неэффективном экономическом «разъединении».

Тем, кто следит за политикой России, дебаты Демократической партии принесли в некотором роде долгожданное облегчение. После всего того внимания, которое американская пресса уделяла России последние три года, вопросы, касающиеся этой страны, едва ли вообще поднимались.

Между тем российско-американские отношения все еще находятся в состоянии кризиса. Реальность заключается в том, что эти важнейшие отношения продолжают ухудшаться и в перспективе могут кануть в бездну.

Давайте коротко рассмотрим важную тему газопровода «Северный поток», который объединит Россию и Германию и покажет, куда может завести бесконечная истерия вокруг России.

Обе основные американские партии демонстрируют негативное отношение к российским газопроводам, однако Берлин решительно не готов прислушиваться к соображениям Вашингтона. Смятение и переполох последних нескольких лет заставили немецкую внешнеполитическую элиту усомниться в лидерстве Америки. К примеру, в феврале 2019 г. берлинский Институт по международным делам и вопросам безопасности (Institute for International and Security Affairs), крупнейший аналитический институт в Европе, опубликовал аналитическую статью, где говорится, что попытки Америки ограничить импорт российского газа в Европу «направлены исключительно на немецкое федеральное правительство, которое президент Трамп назвал "заложником России"». В самом первом предложении этой статьи ее авторы честно пишут: «Более широкое применение экономических инструментов воздействия в политике Америки в отношении России негативно сказывается на европейских и германских интересах».



Этот анализ основан в первую очередь на расчетах цен, однако его авторы выступают против попыток Америки ограничить европейскую автономию, отмечая, что воздействие новых американских санкций против России «на компании Евросоюза... серьезно». Разумеется, в этой статье не были упомянуты крайне важные геополитические аспекты, которые в действительности способствуют укреплению партнерства Германии и России.

Вместо того чтобы всячески пытаться разобщить Россию и Европу, американцам стоит поддерживать укрепление взаимной зависимости и инклюзивной архитектуры европейской безопасности, в которой у Москвы будет свое место. И это абсолютно реалистичная перспектива, о чем свидетельствуют недавние сообщения о восстановлении за Россией права голоса в Совете Европы. Более того, положительные изменения в деликатном украинском вопросе могут способствовать процессу примирения. В начале 2019 г. Россия дала согласие на то, чтобы немецкие и французские эксперты вели наблюдение за ситуацией в Керченском проливе, и это, несомненно, является шагом в правильном направлении.

Тем не менее множество оппортунистов по обе стороны Атлантики продолжают разжигать враждебность в отношении России. Страшно подумать, сколько компаний, специализирующихся на вопросах обеспечения кибербезопасности, разорятся, если отношения России с Западом существенно улучшатся. Многим вашингтонским аналитическим центрам придется попрощаться с легионами молодых экспертов в области «гибридной войны». ■

Америка использует газопровод «Северный поток — 2» в качестве мишени для выражения ее враждебного отношения к России.

THE NATIONAL INTEREST

МВЦ «Крокус Экспо», 2019 г.

СЕНТЯБРЬ

2–5 сентября

пав. 2, залы 7, 8

15-я международная выставка автомобильной индустрии «ИНТЕРАВТО»

Организатор: «Крокус Экспо»

2–7 сентября

пав. 3, залы 13, 14, 15, открытые площадки

Международная выставка коммерческого автотранспорта COMTRANS'19

Организатор: ITEMF Экспо

10–12 сентября

пав. 2, залы 6, 7

5-я международная специализированная выставка «ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ»

Организатор: «Крокус Экспо»

10–12 сентября

пав. 2, зал 8

25-я МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ОПТИЧЕСКАЯ ВЫСТАВКА (MIOF)

Организатор: «Крокус Экспо»

10–12 сентября

пав. 1, залы 3, 4

Международная выставка цветов, растений, техники и технологий для

цветоводства и ландшафтного дизайна «ЦВЕТЫ ЭКСПО–2019»

Организатор: «ГринЭкспо»

10–12 сентября

пав. 1, зал 1

Выставка-фестиваль коммерческого креатива PSI Russia–2019

Организатор: Reed Exhibitions

10–12 сентября

пав. 2, залы 10, 11

Международная специализированная выставка посуды, подарков, хозяйственных

товаров, товаров для дома и дачи, профессиональной и бытовой химии

HOUSEHOLD EXPO–2019

Организатор: «МОККА Экспо Групп»

10–12 сентября

пав. 2, зал 9

Международная специализированная выставка предметов интерьера и мебели,

текстиля и аксессуаров, освещения, посуды, декора стола и подарков

STYLISH HOME. GIFTS–2019

Международная специализированная выставка подарков, сувениров, новогодней,

рождественской и праздничной продукции CHRISTMAS BOX. PODARKI–2019

Организатор: «ИнтерДеко Экспо»

10–13 сентября

пав. 3, залы 17, 18

Международная специализированная B2B-выставка обуви, аксессуаров и

комплектующих материалов «МОСШУЗ–2019»

Международная выставка сумок и модных аксессуаров MOSPEL–2019

Организатор: «МосШуз»

17–19 сентября

пав. 1, залы 3, 4

Международная выставка домашнего текстиля и тканей для оформления

интерьера HEIMTEXTIL RUSSIA–2019

Организатор: «Мессе Франкфурт РУС»

18 сентября — 8 октября

пав. 3, зал 17

Выставка-продажа «ПЕРВЫЙ МЕХОВОЙ САЛОН»

Организатор: Выставочная компания «Золотой век»

23–26 сентября

пав. 2, залы 5, 7, 8

Московский международный стоматологический форум и выставка

«ДЕНТАЛ-ЭКСПО–2019»

Организатор: ДЕ-5

24–26 сентября

пав. 1, залы 1, 2

10-я международная выставка складской техники и систем, подъемно-

транспортного оборудования и средств автоматизации склада CeMAT Russia

Организатор: «Дойче Мессе РУС»

24–27 сентября

пав. 3, залы 12, 13, 14, 15

28-я международная выставка продуктов питания WorldFood Moscow

Организатор: ITE

ОКТАБРЬ

3–6 октября

пав. 1, залы 1, 2, 3, 4

Международная выставка интерактивных развлечений «ИПРОМИР–2019»

Международный фестиваль поп-культуры COMIC CON RUSSIA–2019

Организатор: Конференция разработчиков компьютерных игр (КРИ)

7–10 октября

пав. 3, залы 13, 14, 15

Международный специализированный выставочный проект для профессионалов

ресторанно-гостиничного бизнеса PIR EXPO. RUSSIAN HOSPITALITY WEEK–2019

В рамках PIR Экспо. Russian Hospitality Week:

22-я международная выставка для профессионалов ресторанного бизнеса,

объединяющая ведущих зарубежных и отечественных производителей и

поставщиков оборудования и продуктов питания «ПИР – РЕСТОРАН»

пав. 3, зал 13

8-я международная выставка для профессионалов гостиничного бизнеса «ПИР – ОТЕЛЬ»

пав. 3, зал 15

7-я международная выставка для профессионалов индустрии кофе и чая «ПИР – КОФЕ»

4-я международная выставка франшиз и готового бизнеса в ресторанно-

гостиничной индустрии «ПИР – РЕСТОФРАНЧАЙЗИНГ»

Организатор: «ПИР Экспо»

9 октября — 28 ноября

пав. 3, зал 12

Выставка-продажа «ПЕРВЫЙ МЕХОВОЙ САЛОН»

Организатор: Выставочная компания «Золотой век»

9–12 октября

пав. 2, залы 5, 6, 7, 8

Международная специализированная выставка дизайна мебели

SALONE DEL MOBILE. MILANO MOSCOW–2019

Организатор: Federlegno Arredo Eventi spa

9–12 октября

пав. 2, зал 9

6-я международная выставка предметов интерьера и декора InDecor Moscow

Организатор: ITE

11–13 октября

пав. 1, зал 1

Международная специализированная выставка меха, кожи и аксессуаров FUR

FASHION EXHIBITION

Организатор: «ЭКСПО ВИЗИТ»

22–24 октября

пав. 1, залы 1, 2, 3, 4

16-я международная выставка компонентов и модулей силовой электроники

«СИЛОВАЯ ЭЛЕКТРОНИКА»

17-я международная выставка материалов и оборудования для обработки поверхности,

нанесения покрытий и гальванических производств EXPOCOATING MOSCOW

19-я международная выставка оборудования для неразрушающего контроля NDT RUSSIA

пав. 1, зал 3

16-я международная выставка испытательного и контрольно-измерительного

оборудования TESTING & CONTROL

пав. 1, зал 4

17-я международная выставка крепежных изделий FASTTEC

18-я международная выставка PCVExpo «Насосы. Компрессоры. Арматура.

Приводы и двигатели»

пав. 1, зал 2

4-я международная выставка промышленного котельного, теплообменного,

электрогенерирующего оборудования и оснащения для тепловых сетей HEAT&POWER

Организатор: MVK

23–26 октября

пав. 3, залы 13, 14, 17, 18

26-я международная выставка парфюмерии и косметики InterCHARM

Организатор: Reed Exhibitions

24–27 октября

пав. 2, зал 7

Международная архитектурно-строительная и интерьерная выставка

«КРАСИВЫЕ ДОМА. РОССИЙСКИЙ АРХИТЕКТУРНЫЙ САЛОН–2019»

Специализированная выставка «САЛОН ИНТЕРЬЕРОВ–2019»

Специализированная архитектурно-строительная выставка «ДЕРЕВЯННЫЙ ДОМ.

ОСЕНЬ–2019»

Специализированная выставка «САЛОН КАМНЯ–2019. АРХИТЕКТУРА, ДИЗАЙН, ДЕКОР»

Специализированная выставка «САЛОН ANTIQ & ARTS / АНТИКВАРИАТ И

ИСКУССТВО–2019»

Организатор: «Красивые дома / WEG»

В программе выставок возможны изменения и дополнения.