



Удачный дебют Chillventa

Не «сухая» статистика...

Без всяких сомнений можно утверждать, что самым ожидаемым международным событием 2008 года для холодильной общественности был новый выставочный проект с красивым названием Chillventa. Повышенный интерес к нему обусловлен, в большей степени,

тем, что новая выставка пришла на смену известной всему мировому холодильному сообществу выставке ИКК, имевшей четвертьвековую историю.

Самый главный вывод, который можно сделать, что называется, по горячим следам, такой – организаторы выставки Chillventa смогли взять самое лучшее из опыта организации

выставок ИКК, учесть мнения и пожелания холодильной общественности в лице отраслевых союзов и ассоциаций и провести очень мощную, на высоком профессиональном уровне, рекламную кампанию. Результат – более чем положительный.

Об этом свидетельствуют и впечатляющие цифры. В премьерной Chillventa, прошедшей с 15 по 17 октября, на площади более чем 32000 кв. метров, свою продукцию и услуги представляли около 800 экспонентов из 43 стран. Только по предварительным оценкам выставку в Нюрнберге посетило более 30 000 специалистов со всего мира. Они смогли ознакомиться с последними новинками холодильного оборудования и его компонентов, систем вентиляции и кондиционирования воздуха, тепловых насосов и во многих других направлениях, где используется холод.

Произвело сильное впечатление не только количество участников, плотно занявших шесть павильонов выставочного комплекса NürnbergMesse, но и сами экспозиции. Подавляющее большинство ведущих европейских производителей постарались максимально полно представить всю гамму выпускаемой ими продукции, что, в свою очередь, предопределило размеры и дизайн оформления стендов. Это, порой, ставило нас, журналистов, в затруднительное положение, поскольку сфотографировать той или иной стенд зачастую просто не представлялось возможным из-за его больших

размеров. Особенно в этом плане отличались 4-й и 5-й павильоны, в которых огромные «островные стенды» занимали такие всемирно известные компании, как Alfa Laval, Bitzer, Bock, Danfoss, Emerson Climate Technologies, Embraco, GEA Grasso, Guntner, Johnson Controls, ТЕКО, RefComp-Thermokey, Zanotti и ряд других.

В остальных павильонах расположились не менее интересные, со всех точек зрения, экспозиции известных компаний Carel, Dorin, Mayekawa, LU-VE, Testo, Tecumseh, Ziehl-Abegg и многих-многих других, не менее известных на российском рынке.

Что касается россиян, то впечатление от количества присутствовавших русскоговорящих специалистов на выставке можно отнести к наиболее ярким. Сказать, что тут и там то и дело можно было услышать русскую речь, нельзя. Но, поверьте, это совсем недалеко от истины. Конечно, организаторы выставки со временем подсчитают точное количество специалистов, приехавших из России и других стран бывшего Союза. Пока же ограничимся двумя известными нам цифрами. Например, только от холдинга «Остров» на выставку приехало 22 сотрудника. Делегация же наших белорусских коллег состояла из 25 человек.

Всегда есть чему поучиться

Chillventa подготовила для своих посетителей всю палитру оборудования и услуг, предла-



гаемую холодильной и климатической отраслями. И вполне можно согласиться с мнением г-на Б.А. Дидерихса (Bernd A. Diederichs), генерального директора NurnbergMesse, который на церемонии открытия выставки сказал: «Думаю, мы вправе гордиться тем, что совместно с промышленными и коммерческими предприятиями, отраслевыми союзами, другими представителями бизнеса – сообщества нам удалось за один заход «поднять» выставку мирового значения».

Подтверждением этому служит приведенная ранее цифра – на выставку приехали компании из 43 стран. При этом были сформированы национальные экспозиции Великобритании, США, Испании, Турции, Китая. Интересен и такой факт: организаторами не были «забыты» и немецкие компании, которые только выходят на этот рынок. Для подобных «молодых», но

динамично развивающихся компаний был организован коллективный стенд. Этот проект поддерживается Федеральным министерством экономики и технологии и Выставочно-ярмарочным комитетом немецкой экономики. Вполне интересный опыт, заслуживающий внимания российских государственных и общественных организаций!

Конечно, трудно, если вообще возможно, описать все представленное на выставке оборудование. Тем более, что Chillventa проходила всего три дня. Можно соглашаться или нет с мнением организаторов по поводу выбранной продолжительности выставки, но совершенно очевидно: вся инфраструктура ее проведения, реализованные механизмы информационного обеспечения создали ее посетителям максимальные удобства для работы. Холодильная тематика очень многогранна, и, тем

не менее, любой посетитель мог легко найти среди океана предложений именно то, что его интересовало.

Повышенное внимание было уделено новейшим разработкам как самого холодильного оборудования, так и передовым технологиям. В этом плане многие экспоненты смогли предложить посетителям свои последние разработки. В том числе, в таких актуальных областях, как энергосбережение, охрана окружающей среды. Тема «Энергоэффективность и возможности энергосбережения» вообще была объявлена организаторами как центральная. Большой интерес был проявлен к новому оборудованию и технологиям по сокращению выбросов CO_2 , применению тепловых насосов.

Этим вопросам было посвящено немало докладов и сообщений в рамках деловой программы выставки. Так, накануне ее открытия прошел симпозиум по тепловым насосам, организованный Немецким союзом холодильщиков и климатотехников, а также, симпозиум, посвященный энергоэффективности. Надо отметить, что сама деловая часть выставки была настолько многообразна, что выделить что-то одно очень непросто. И если при этом учесть, что в ее рамках проходили многочисленные научно-технические конференции и презентации, организованные ведущими мировыми производителями оборудования, то можно себе представить, какой поток ин-



формации обрушился на посетителей.

В этом ряду отдельно стоит отметить доклад, впервые сделанный в рамках деловой программы Chillventa российским представителем – ректором СПГУНиПТ, профессором, доктором технических наук, президентом Международной академии холода Александром Владимировичем Бараненко. До этого ни разу (в том числе, и на ИКК) подобного не случилось. Интерес к его сообщению был повышенный. Достаточно отметить, что в зале элементарно не хватило мест и опоздавшие специалисты вынуждены были стоять. В своем докладе Александр Владимирович представил анализ холодильной отрасли России. В частности, докладчик отметил, что, по его оценке, в 2008 году объем продаж в рыночном сегменте промышленной холодильной техники составит в России 923,1 млн долларов США. В 2009 году ожидается

прирост в 14% и еще 14,5% – в 2010 году до уровня 1206,6 млн долларов США.

При этом А.В. Бараненко указал на некоторые особенности, наблюдаемые на российском рынке холодильной техники. Так, в оборудовании на 90% применяются экологически вредные фреоны и необходим переход на экологически более безопасные естественные холодильные агенты – аммиак, углекислый газ, воду и воздух. Но для этого понадобится создать новое поколение установок и агрегатов, которые при увеличенном сроке службы будут более энергоэффективными. И наконец, отметил А.В. Бараненко, требуются меры поддержки отечественного производителя, так как в настоящее время на российском рынке доминирует – на него приходится 70% рынка – холодильное оборудование, собранное из компонентов иностранного производства.

Мы привели лишь небольшие выдержки из развернуто-

го доклада А.В. Бараненко, но и по ним можно судить о том, насколько интересная информация была приведена в нем. Впрочем, пришедшим специалистам были важны и многие другие аспекты российского холодильного рынка, о чем свидетельствовали многочисленные вопросы слушателей.

Три вопроса к участникам

Рассудив, что лучше самих участников выставки или ее посетителей никто характеристику ей не даст, мы обратились к некоторым из них с вопросами, как о самой выставке, так и о ситуации, складывающейся в отрасли. Нашим партнерам были заданы три вопроса.

1. Ваше первое впечатление о новой международной специализированной выставке Chillventa-2008.

2. Бизнес – показатели вашей компании в 2008 году по сравнению с 2007 годом.

3. Перспективы на 2009 год.

И вот какие ответы были получены.

С. Горохов, компания Emerson Climate Technologies

1. Выставка понравилась. Переход на двухгодичный цикл оздоровил выставку – появилась реальная возможность показать новые разработки. Выставка стала моложе, наглядней – в общем, девиз современности – «эффективность» – работает. Посетителей на выставке больше.

2. По России показатели 2008 года примерно такие же, как и в 2007 году. Небольшой рост в одних случаях и стабилизация в других. Важно отметить, что клиенты сохранились.

3. К сожалению, перспективы не радостные. Наши клиенты остро почувствуют, что значит работать без денег. Мелкие компании будут иметь большие трудности. Сетевые компании могут также пострадать. Мы знаем, что некоторые уже планируют сокращение закупок.

Наша компания никогда не работала «на склад». Это принцип. И он будет сохранен в новых условиях. За счет чего?

Мы имеем новые разработки, весьма эффективные. Благодаря этому потребитель сам сможет выйти из кризисной ситуации.

Кризис имеет свои положительные стороны: экология, эффективность, осмысление... Кризис – хорошее время для инноваций, а нам есть что предложить.

Ю. Терпеньянц, зам. генерального директора компании Битцер СНГ ООО

1. Замечательная выставка. Она стала больше и интересней. Много разнообразных, новых и привлекательных продуктов. Двухгодичный цикл выставки принес свои плоды. Напомню, что компания Bitzer в числе тех, кто уже давно требовал отказа от ежегодного проведения выставки. Среди посетителей стало еще больше русских. Наверное, это связано с серьезным ростом холодильного рынка России в последнее время.

2. В 2008 году был общий рост продаж, но темпы ра-





боты несколько замедлились – 8-9% по сравнению с 12-13% в прошлом году. Особенно большое снижение темпа роста продаж по России: он снизится с 25 до порядка 10%. Но это все равно очень хороший показатель.

Причины снижения – сокращение кредитования и финансирования, прежде всего, сетевых клиентов. Их реакция мы чувствуем уже сегодня: разрабатываются краткосрочные проекты, отменяются юбилеи, семинары, прошли сокращения штатов и др.

3. Кризис не может быть

быстро преодолен. С трудом, постепенно будем из него выходить. Пути преодоления кризиса каждая компания определяет самостоятельно. Уверен, что Bitzer найдет адекватное решение этой общей проблемы, а из борьбы выйдет окрепшим и помолодевшим.

Думаю, что в 2009 году нам удастся сохранить уровень продаж 2008 года. Так что перспектива 2009 года – это сдержанный оптимизм.

С. Захаров, коммерческий представитель компании LU-VE

1. Выставка не хуже, чем предыдущая ИКК в Нюрнберге. Посетителей и клиентов больше. Возможно, за счет русских, украинцев и белорусов – ведь у них таких масштабных выставок вовсе нет. Следует также сделать поправку на то, что уже сегодня многим необходимо ежедневно решать проблемы, вызванные кризисом. Им не до выставок.

2. Темпы роста упали. Итог все равно положительный.

3. Хорошо бы сохранить то, чего достигли в 2008 году.

Опасность – сетевые операторы. Они завязаны на кредитах. Строители также не торопятся с заказами, занимают выжидательную позицию, замораживают проекты на перспективу.

М. Жорник, компания Rivacold

1. Выставка не потеряла лицо, хотя опасения были. Это очень приятно. Обстановка на выставке очень способствует бизнесу. Все организовано четко, нет суеты, нет беспокойства, хотя посетителей, наверное, даже больше, чем было в лучшее время на ИКК.

2. По сравнению с прошлым годом мы прибавили, хотя и не очень сильно. На текущий момент уже превысили показатели 2007 года. Но окончание года может стать непростым. Давайте немного подождем с итогами 2008 года.

3. Уверены, что продажи будут. Сетевые клиенты, скорее всего, заказы не увеличат, а даже уменьшат. Но наши дис-



Москва, Россия

Международный Выставочный Центр «Крокус Экспо»

10–12.3.2009 г.

ХолодЭкспо Россия

Специализированная выставка и конференция
холодильной промышленности

www.cholodexpo.com

Место встречи специалистов холодильной отрасли в России

Используйте преимущества главной
специализированной выставки
холодильной промышленности
«ХолодЭкспо Россия-2009»:

- Демонстрируйте Вашу продукцию и услуги именно там, где их ждут Ваши целевые посетители
- Расширяйте Ваши деловые контакты и приобретайте новые
- Развивайте Ваш бизнес во взаимовыгодном сотрудничестве с ведущими зарубежными производителями



Оформление участия
для российских экспонентов:
Представительство NürnbergMesse GmbH
ООО «Профессиональные выставки»
107 031 Россия, Москва
ул. Рождественка 10/2
Тел. +7.4 95.6 24 19 78
Факс +7.4 95.6 24 19 78
cholodexpo@professionalfairs.ru

Устроитель выставки:
NürnbergMesse GmbH,
Германия

Соорганизатор:
РОССОЮЗХОЛОДПРОМ

Официальный партнер:
Институт «Гипрохолод»

NÜRNBERG MESSE



трибьюторы существенного спада не дадут.

Мы увеличиваем штат, расходы на рекламную компанию, увеличиваем складские запасы примерно в 2 раза. Ставку делаем на ликвидную продукцию.

Время покажет, насколько мы правы в своей позиции.

М. Субботин, компания Tecumseh

1. Многие ждали и готовились именно к этой выставке. Посетителей явно больше. Очень приятно отметить, что присутствуют не только руководители, но и среднее, и даже нижнее звено работников. Жалко, что снова эта выставка в Германии и «Агропродмаш» в России приходится на одно и то же время. Для многих европейских фирм участие в Chillventa оказывается важнее.

2. В 2008 году имеем рост продаж. Но этот рост обеспечен, к сожалению, за счет труднейшей работы по расширению рынка. За счет традиционных партнеров мы бы так не выросли. Они почувствовали кризис, возникли проблемы с



кредитованием, заморозились перспективные заказы.

3. Надеемся, что рост и падение как-то будут компенсировать друг друга, но уже в сентябре возникла сильная неопределенность в политике клиентов. Планировать можно лишь на очень короткий срок.

Многие фирмы не привыкли, да это и рискованно, работать «на склад». Боюсь, что после зимы возникнет скачок потребления, а производство не будет готово. Будем искать позитивные решения. Может быть, пойдём по пути «мельче, но шире».

Марио Дорин, компания Dorin

1. Сложно ответить. Прошло мало времени. Участники в основном те же. Посетителей больше. Выставка явно не потерялась. Ее двухгодичный цикл – очень правильное решение.

2. Примерно одинаково. Хотя в этом году не все складывается легко и успешно. Проблемы кризиса, конечно, коснулись наших традиционных клиентов. А их «трудности», очевидно, ведут к «затруднениям» и у нас. За себя мы не очень боимся, а вот заказчикам хотелось бы пожелать удачи.

Наша уверенность связана с выпуском новой продукции: широкая гамма компрессоров на CO₂ и машины с инверторами. Кроме того, мы открыли новую фирму в Китае. Надеемся, что кризис в азиатском регионе не будет столь серьезным, как в Европе.

3. Очень сложно прогнозировать. Будем работать, хотя расти будет очень непросто. Но я оптимист. Мой стакан всегда наполовину полон.





ОСТРОВ

**2 ГОДА ГАРАНТИИ
НА ВСЮ ПРОДУКЦИЮ**



Подробная информация в Коммерческой службе компании "Остров"
Тел.: +7 (495) 726-53-53, 726-53-96. Факс: +7 (495) 726-53-56
E-mail: ostrov@ostrov.ru
www.ostrov.ru



**С. Бенфер,
компания ТЕКО**

1. Первую Chillventa-2008 можно охарактеризовать только одним словом – «Супер»!

2. В 2008 году, в целом, стало труднее. Нет уверенности, прежде всего, из-за отсутствия ясности в перспективах применения хладагентов – по видам, срокам выведения из производства, квотам, штрафам и так далее. Политика стала важнее техники.

3. Будет замедление производства. Но наработанные многими годами хорошие связи с партнерами, в том числе, из России, Украины и других стран, позволяют надеяться,

что уровень 2008 года сохранится. Но это оптимальный вариант развития.

А.Л. Кириллов, группа компаний ТЕРМОКУЛ

1. Великолепная выставка. Все на наивысшем уровне.

2. Очень хорошо начали 2008 год, но также очень тяжело его заканчиваем.

3. Для бизнеса крайне важны стабильность и уверенность. Но в 2009 году на эти показатели вряд ли можно надеяться. Думаю, что показатели 2008 года с трудом, но удастся сохранить.

**Г.Г. Буцалов, В.А. Новиков,
компания Альфа-Лаваль Поток**

1. Первая Chillventa ничем не хуже последних ИКК в Нюрнберге. Посетителей, кстати, даже больше. По крайней мере, у нас.

2. Планируемый темп роста в 2008 году более 10%. Надеемся, что поставленная задача будет выполнена.

3. Компания хорошо понимает ситуацию. Мы готовимся к новым условиям, они нас не пугают, не теряем присутствия духа. Вообще, мы – компания-оптимист. Хорошие результаты 2008 года мы повторим, но не меньше!

**Е. Уразов,
компания «Остров»**

1. Новая выставка мало чем отличалась от старой нюрнбергской ИКК, а та ведь «раскручивалась» не один десяток лет и была одной из лучших в мире. Основные клиенты при-

сутствуют, остались на старых местах, некоторые даже немного «расширились». Выставка скорее приобрела, чем потеряла. Двухгодичный цикл явно пошел ей на пользу.

2. События в мире и нашей стране настолько быстро меняются и разворачиваются, что итоги 2008 года могут вполне определиться работой в последние два месяца.

3. Хотелось бы быть оптимистом, но я реалист. В 2009 году ожидаю полного провала всей холодильной отрасли.

Н. Товарас, генеральный директор компании «Химхолодсервис»

1. Очень хорошая выставка. Удалось увидеть все, что нам необходимо для работы. Много новинок. Chillventa вполне заменила ИКК. Это серьезная удача.

2. Нет сомнений, что намеченное на 2008 год будет выполнено.

3. Наша компания работает по долгосрочным заказам с очень крупными организациями, например такими, как «Вимм-Билль-Данн». Нет оснований считать, что они не выстоят в кризисных условиях. Кроме того, как в 2008, так и в 2009 году, значительная часть нашей продукции идет по заказам, связанным с выполнением федеральных программ, то есть по гарантированным государством. Конечно, какие-то коррективы возможны, но без них и раньше не обходилось. В целом, серьезных опасений на 2009 год нет.



Вот такие мнения удалось нам услышать во время многочисленных встреч на выставке. И вполне понятно, что ситуация мирового кризиса тревожит всех. В первую очередь, своей неопределенностью. Но, как видно даже из приведенных ответов, большинство наших собеседников с определенной долей уверенности смотрит в ближайшее будущее. Хотя пути преодоления влияния финансового кризиса у всех разные.

Что же касается выставки, то можно сделать единый вывод – первая, премьерная Chillventa не только получила положительные отзывы специалистов, но и уже стала заметным событием в мировой холодильной отрасли.

P.S.

На торжественном приеме, совсем не случайно, нам кажется, к столу с представителями российской делегации подошел генеральный директор NürnbergMesse ГмБХ г-н Бэрнд А. Дидэрихс. Он живо интересовался нашими впечатлениями о выставке и самим российским рынком и, по общим наблюдениям, провел больше всего времени именно с россиянами.

Подчеркивая интерес к российскому рынку, он внимательно обсудил перспективы специализированной холодильной выставки в России, организатором которой является как раз NürnbergMesse. Напомним,



что 2-я выставка «ХолодЭкспо Россия» пройдет в Москве с 10 по 12 марта 2009 года.

И, в заключение, выражаем благодарность организаторам за любезное приглашение представителей нашего издания на этот замечательный праздник холодильной отрасли.

