

Индустрия холода

www.kommersant.ru

Вторник 25 февраля 2003 №32/В (№2635 с момента возобновления издания)

Сегодня на ВВЦ начинается десятая по счету выставка «Мороженое. Замороженные продукты. Индустрия холода» (организатор — Центр маркетинга «ЭкспоХлеб»). Интересно, что двумя неделями раньше на ВВЦ прошла другая выставка аналогичной тематики — «Мир мороженого и холода-2003», которую организовали бывшие партнеры «ЭкспоХлеба» — «Росмясомолторг» и торговый дом «Выгода». Попытка «ЭкспоХлеба» оспорить проведение альтернативной выставки через МАП закончилась неудачей. Тем не менее руководство компании не оставляет надежд добиться отмены конкурирующего мероприятия в будущем году и обвиняет «Росмясомолторг» и «Выготу» в недобросовестной конкуренции.

Мороженое не поделили

Выставочная деятельность

История «мороженого» конфликта выглядит просто и незатейливо. В 1993 году «ЭкспоХлеб» придумал и впервые провел выставку «Мороженое. Замороженные продукты. Индустрия холода». Спустя год выставку поддержал ОАО «Росмясомолторг», за счет холодильников которого число участников выставки заметно возросло.

В 2000 году ЦМ «ЭкспоХлеб» и ОАО «Росмясомолторг» вместе с крупнейшими производителями мороженого и рядом профильных объединений учредили Союз мороженщиков России, который также стал одним из участников выставки. Традиционно она проводилась исключительно в 57-м павильоне Всероссийского выставочного центра. В прошлом году в выставку приняли участие аж 252 компании, и «ЭкспоХлебом» на конец февраля 2003 года была запланирована десятая выставка.

Однако в этом году Союз мороженщиков России, «Росмясомолторг» и ТД «Выгода» (аффилированная структура «Росмясомолторга») решили организовать альтернативную выставку под названием «Мир мороженого и холода-2003». Интересно, что пройти она должна была все в том же 57-м павильоне ВВЦ на неделю раньше мероприятия «ЭкспоХлеба». Естественно, что такое положение дел категорически

не устроило руководство «ЭкспоХлеба». Ведь участвовать подряд в двух выставках мороженщики вряд ли захотят. Как заметил один из операторов рынка, «для нас и одна выставка — роскошь, а на две просто денег не хватит».

В результате «Союзпатент» от имени «ЭкспоХлеба» подал жалобу в Министерство по антимонопольной политике. По мнению президента «ЭкспоХлеба» Юрия Кацнельсона, «Росмясомолторг» и СМР буквально отрицают у него бизнес и ведут недобросовестную конкурентную борьбу, взяв банк данных экспонентов и дав выставке похожее название (см. интервью на этой странице).

Заседание комиссии МАПА несколько раз откладывалось, и вопрос был окончательно решен лишь 5 февраля (то есть фактически за неделю до начала альтернативной выставки). Заместитель министра РФ по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства Андрей Кашевар решил «дело о нарушении статьи 10 Закона РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности» производством прекратить».

Решение было принято, исходя из заключений двух экспертов, один из которых признал факт недобросовестной конкуренции, а другой — нет.

Исполнительный директор СМР Валерий Елхов выразил удовлетворение итога-

ми заседания комиссии МАПА, заявив, что мнение экспертов, приглашенных со стороны МАПА и СМР, «безоговорочно правильное». В результате выставка «Мир мороженого и холода-2003» состоялась, собрав при практически равных ценах (\$150-300 за квадратный метр) свыше пятидесяти предприятий отрасли. При этом в десятую по счету выставку «Мороженое. Замороженные продукты. Индустрия холода-2003» (она открывается на этой неделе) решили принять участие около сорока компаний.

«ЭкспоХлеб» с принятым решением не согласен и собирается бороться за свои права всеми легитимными методами. Юрий Кацнельсон намерен обратиться за помощью в Российскую торговую палату и Союз международных выставок и ярмарок (UFI).

Сами участники рынка стараются дистанцироваться от конфликта. Гендиректор Ассоциации производителей мороженого и замороженных продуктов (она входит в СМР) Эдуард Багрян в комментарии, «Б» заявил, что для ассоциации принципиально, кто будет проводить выставку. По его мнению, главное в этом вопросе — интересы операторов рынка, которые не должны пострадать из-за неопределенности в проведении выставки.

ЕКАТЕРИНА ДОЛГОШЕВА



26
страница

Магазины решают все
Особенности работы с российскими ритейлерами

27
страница

«Иностранцы будут покупать кого-то из нас»
Интервью основателя компании «Радиоли»

28
страница

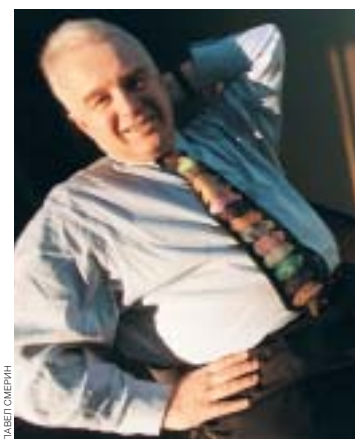
Хладокомбинаты идут на подъем
Борьба за рынок мороженого



«Идея выставки принадлежит мне»

Интервью

Об истории создания выставки «Мороженое. Замороженные продукты. Индустрия холода» и о ходе конфликта вокруг нее рассказывает «Ъ» президент Центра маркетинга «ЭкспоХлеб» ЮРИЙ КАЦНЕЛЬСОН.



Выставка росла, и, соответственно, название ее претерпело изменения. С самого начала она называлась просто «Мороженое» (в 1993 году), затем «Мороженое. Индустрия холода» (с 1995 года), и уже в последние годы она стала называться «Мороженое. Замороженные продукты. Индустрия холода». За девять лет выставка стала крупнейшей в мире по своей тематике. Если первая экспозиция занимала тысячу квадратных метров и собрала 20 предприятий-участников — 16 российских и 4 иностранных, то в прошлом году площадь экспозиции возросла до 11 тысяч метров, а участие в выставке приняла 191 компания из России и 61 из-за рубежа. Выставка объединила многих операторов ответственного рынка мороженого и замороженных продуктов, пред-

приятия холодильной промышленности, стала для них не только основным событием года, но и одним из основных инструментов развития бизнеса, продвижения на рынок своей продукции. В 1999 году ей был присвоен знак Союза выставок и ярмарок стран СНГ и Балтии, а в 2000 году выставка получила знак Союза международных выставок и ярмарок (UFI) и стала его членом.

— Как вы условия вхождения в UFI?

— Из основных условий — «международность» выставки (не менее 40% площади должны занимать иностранные экспоненты), успешная история развития, обширный охват участников по странам и регионам, солидная выставочная площадь. Также для вступления в UFI обязательна деловая программа выставки: различные семинары, пресс-конференции и т. д. Замечу, что членами UFI сегодня являются около шестисот выставок и ярмарок по всему миру, из них российских — порядка двух десятков. При этом если по авторитету из отечественных таких выставок в данном союзе пять, то по холодильной отрасли всего одна — наша.

— Как развивалось ваше сотрудничество с «Росмясомолторгом»?

— В 2000 году мы с президентом «Росмясомолторга» Вячеславом

Выгодным решили создать Союз мороженщиков России, который бы представлял интересы всей отрасли. Основная база для союза уже была создана для выставки на рынок своей продукции. Так был учрежден Союз мороженщиков России (СМР), в котором «ЭкспоХлеб» стал одним из учредителей, а я — членом правления. «Росмясомолторг», а впоследствии и Союз мороженщиков стали традиционными экспонентами и принимали определенное участие в обеспечении информационной поддержки и формировании деловой программы выставки. Хочу отметить, что Вячеслав Александрович в своих приветственных обращениях к экспонентам всегда высказывал свое удовлетворение итогами прошедших выставок и уверенность в успехе текущей. А в 2001 году «ЭкспоХлебу» была присуждена высшая отраслевая награда Союза мороженщиков — «Хрустальный рожок».

Однако в 2002 году наше сотрудничество фактически прекратилось. На съезде СМР его участникам было сообщено, что СМР и «Росмясомолторг» решили провести в феврале 2003 года собственную альтернативную выставку «Мир мороженого и холода-2003», причем в том же павильоне ВВЦ, где традиционно проходила наша выставка, и практически в те же сроки.

Знаете, я никогда не был против конкуренции, более

того, конкуренция — необходимая вещь. Но, когда новая выставка с похожим названием и с тем же составом участников проходит в одном и том же месте в один и те же сроки, это может означать только одно: первоначальную выставку хотят «убить».

— Почему, на ваш взгляд, многие компании решили принять участие в альтернативной выставке?

— Традиционно выставка проводилась в конце февраля, что позволяло за четыре выставоч-

ных дня заработать до 80% контрактов на весь последующий год в преддверии весеннего сезона, который является основным для мороженщиков. Так что выбор сроков и места проведения альтернативной выставки был не случаен. Кроме того, Валерий Елхов (исполнительный директор СМР — «Б») и Вячеслав Выгодный, не имея собственного опыта выставочной деятельности, позавидовали у нас практически все — от базы данных по экспонентам до плана

выставки и размещения участников. В сложившейся ситуации мы действовали исключительно легитимными методами. Сперва обратились в «Союзпатент», который в конце ноября 2002 года от имени «ЭкспоХлеба» направил ходатайство в Министерство по антимонопольной политике, в котором мы просили дать оценку происшедшему. МАП возбудил дело, которое впоследствии было прекращено.

— Что вы намерены делать дальше?

— Борьб за свое детище. Конечно, сейчас мы отброшены назад, но я уверен, что через два-три года выставка возродится и, несомненно, будет расти. Ведь российский бизнес-сообщество постепенно приходит к пониманию того, что конкурентная борьба должна вестись цивилизованными методами. И это понимание находит отражение в российском законодательстве, так что существующие законы, пусть ныне и недействующие, в конце концов, несомненно, начнут работать.

«Выставка находилась под угрозой срыва»

Интервью

Свое видение ситуации вокруг конфликта, связанного с выставками, в беседе с корреспондентом «Ъ» ЕКАТЕРИНОЙ ДОЛГОШЕВОЙ высказал глава ОАО «Росмясомолторг» ВЯЧЕСЛАВ ВЫГОДИН.



— Чем вас не устраивало сотрудничество с «ЭкспоХлебом»?

— Многие годы «Росмясомолторг», а затем и СМР участвовали в проведении выставок по тематике «Мороженое», организатором которых являлся ЦМ «ЭкспоХлеб». Однако в последние годы «ЭкспоХлеб» все более устранился от организационной деловой части выставки, превращаясь просто в ее оператора. Программа мероприятий последней, девятой, выставки была подготовлена и полностью проведена без участия «ЭкспоХлеба». Ситуация усугубилась в конце 2001 года в связи с большой задолженностью «ЭкспоХлеба» по аренде павильонов ВВЦ. В союз поступило несколько писем из ВВЦ о том, что выставка находится под угрозой срыва.

Непосредственно в период выставки стало ясно, что задолженность не ликвидирова-

на. Это вызвало серьезные организационные трудности. Учитывая, что СМР совместно с «Росмясомолторгом» проводили в период выставок целый ряд крупных отраслевых мероприятий, дальнейшая совместная работа с «ЭкспоХлебом» в таких условиях представляла определенный риск, связанный со срывом этих мероприятий. Это и послужило причиной принятия решения о проведении собственной выставки и отказа от услуг «ЭкспоХлеба».

— В связи с чем выставка была назначена на неделю раньше аналогичного мероприятия, проводимого «ЭкспоХлебом»? И почему ваш выбор пал на 57-й павильон ВВЦ?

— Определяя сроки проведения выставки «Мир мороженого», мы исходили из того, что для нас это не бизнес, а комплекс мероприятий, которые мы обязаны проводить в соответствии с уставом союза. Это событие, в рамках которого проводится общее собрание членов союза, подводятся итоги производственной и экономической деятельности предприятий отрасли за год, намечаются перспективы в преддверии весенне-летнего сезона. Наиболее подходящим является период февраль — начало марта. В это время заключаются договоры на поставку продукции, появляются данные госстатистики, необходимые для анализа.

Начиная с апреля и по сентябрь предприятия работают в напряженном графике в две-три смены. В этот период проведение выставки просто невозможно. В конце осени и зимой фабрики мороженого находятся на плановом профилактическом ремонте, продукция не выпускается, и, естественно, в это время выставка также не может проводиться.

Место устройства выставки было выбрано исходя из требуемой площади (7-10 тыс. кв. м) и стоимости аренды. В Москве, к сожалению, не так много таких мест. Наиболее приемлемым из них, по нашей оценке, оказался 57-й павильон ВВЦ. Мы заблаговременно подали заявку на предоставление площади и заключили договор раньше, чем это сделал «ЭкспоХлеб».

— Как дальше будет развиваться ситуация?

— Решение этой конфликтной ситуации мы видим в том, чтобы сроки проведения выставок были оптимизированы. «ЭкспоХлеб» в своей повседневной работе не связан с деятельностью предприятий отрасли производства и реализации мороженого. Поэтому сроки его выставки могли быть иными. В частности, следует отметить, что в свое время несколько выставок «ЭкспоХлеб» проводил в мае.

Заявку на проведение выставки в 2004 году мы уже направили, причем раньше, чем «ЭкспоХлеб».

Центральный Дом актера
и
Ассоциация российских производителей мороженого
и замороженных продуктов

представляют премию в области театрального искусства

Театральный пломбир

«Эта премия дает возможность какой-то игры, неформального общения... Вот чем она хороша.
А потом — хочется, чтобы люди ели именно наше, российское, мороженое. Я-то знаю, что оно — самое лучшее».

Мargarita Эскина
директор ЦДА

27 марта

в Центральном Доме актера
Москва, Старый Арбат, 35